

## PROTOKÓŁ Nr 06-06/2024

Z szóstego posiedzenia **Komisji Sportu, Rekreacji i Turystyki Rady Miasta Gdańska w IX Kadencji Rady**, które odbyło się w dniu **11 grudnia 2024 roku**, a rozpoczęło o godz. **16:00** w sali Seàna Lestera nr 003 w Nowym Ratuszu przy ul. Wały Jagiellońskie 1 w Gdańsku.

**Obecni: według załączonych list obecności, które stanowią załączniki nr 1 (lista członków Komisji) i 2 (lista gości) do protokołu.**

Na stan **siedmiu** członków Komisji, w posiedzeniu uczestniczyło **sześć** osób, czyli było quorum do podejmowania prawomocnych decyzji.  
Nieobecny radny Karol Rabenda.

Posiedzeniu przewodniczył **radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji Sportu, Rekreacji i Turystyki Rady Miasta Gdańska**, który otworzył 6 posiedzenie Komisji, stwierdził quorum, powitał zebranych, poinformował również, że porządek obrad został w terminie regulaminowym wysłany do radnych mailowo. Porządek stanowi **załącznik nr 3** do protokołu.

**1. Opiniowanie projektu uchwały Rady Miasta Gdańska zmieniającej uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2024 rok – druk nr 189.**

Przedstawia: **Pani Agnieszka Trojanowska – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków**

**2. Opiniowanie projektu uchwały Rady Miasta Gdańska zmieniającej uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska – druk nr 190.**

Przedstawia: **Pani Agnieszka Trojanowska – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków**

**3. Informacja o bieżących wydarzeniach sportowych na terenie Miasta Gdańska.**

Przedstawia: **Pan Adam Korol – Dyrektor Biura Prezydenta ds. Sportu**

**4. Podsumowanie realizacji zadań zaplanowanych w 2024 roku przez:**

• **Biuro Prezydenta ds. Sportu**

Przedstawia: **Pan Adam Korol – Dyrektor Biura Prezydenta ds. Sportu**

• **Gdański Ośrodek Sportu**

Przedstawia: **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

• **Gdańską Organizację Turystyczną**

Przedstawia: **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

**5. Sprawy bieżące, wolne wnioski, korespondencja.**

Uwag do zaproponowanego porządku obrad nie wniesiono, przewodniczący poddał jego przyjęcie pod głosowanie.

**Głosowanie:**

**5 za – jednogłośnie**

## **PUNKT - 1**

**Opiniowanie projektu uchwały Rady Miasta Gdańska zmieniającej uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Miasta Gdańska na 2024 rok – druk nr 189.**

(Oryginał projektu uchwały znajduje się w protokole z XI sesji Rady Miasta Gdańska z 12 grudnia 2024 r. – sprawa BRMG.0006.328.2024).

**Pani Agnieszka Trojanowska – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków**, w imieniu wnioskodawcy przedstawiła ogólne założenia projektu uchwały.

Powiedziała: panie przewodniczący, szanowni państwo, jeśli chodzi o tą uchwałę i następną to jeszcze porządkujemy na koniec roku plan budżetu. Głównie to jest dostosowanie do harmonogramów wydatków, aktualizowanie. Jeśli chodzi o dochody to zwiększamy ten plan głównie z powodu lepszego wykonania niż planowaliśmy i dochody zwiększamy o przeszło 96 mln zł, natomiast wydatki ogółem per saldo zmniejszamy o prawie 15 mln zł. Jeśli chodzi o zakres działania komisji to w Biurze Prezydenta ds. Sportu plan w przedmiotowym druku zwiększamy o 364 400 zł. Na to zwiększenie składa się zwiększenie planu wydatków na realizację projektu Erasmus + pod nazwą GOS na arenie międzynarodowej rozwijając lokalny sport powszechny. To jest kwota 4400 zł. Zwiększamy plan wydatków związane ze zużyciem energii 360 000 zł. Tu mamy jeszcze takie przeniesienie między działami i jednostkami, wydziałami. Z Wydziału Kadr i Organizacji przenosimy do Biura ds. Sportu kwotę w wysokości 113 450 zł i to wynika ze wzrostu składki na rok 2024 do Gdańskiej Organizacji Turystycznej. Wszystkie pozostałe zmiany opisaliśmy w uzasadnieniu do uchwały, a te związane z komisją omówiłam. Dziękuję bardzo, proszę o pozytywne zaopiniowanie.

Przewodniczący Łukasz Bejm podziękował za przedstawienie projektu uchwały, a następnie z uwagi na brak głosów w dyskusji, poddał pod głosowanie przyjęcie i pozytywne zaopiniowanie projektu uchwały zawartego w druku nr 189.

## **USTALENIA KOMISJI – OPINIA**

Komisja Sportu, Rekreacji i Turystyki Rady Miasta Gdańska wysłuchała informacji i wyjaśnień przekazanych przez Panią Agnieszkę Trojanowską – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków, a następnie przystąpiła do głosowania, w wyniku którego jednogłośnie 5 głosami za, przyjęła i **pozytywnie** zaopiniowała projekt uchwały, zawarty w **druku nr 189. (Opinia nr 06-06/18-18/2024)**

## PUNKT - 2

**Opiniowanie projektu uchwały Rady Miasta Gdańska zmieniającej uchwałę w sprawie przyjęcia Wieloletniej Prognozy Finansowej Gminy Miasta Gdańska - druk nr 190.**

(Oryginał projektu uchwały znajduje się w protokole z XI sesji Rady Miasta Gdańska z 12 grudnia 2024 r. – sprawa BRMG.0006.329.2024).

**Pani Agnieszka Trojanowska – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków**, w imieniu wnioskodawcy przedstawiła projekt uchwały.

Powiedziała: jeśli chodzi o WPF to również porządkujemy przedsięwzięcia, dostosowujemy do harmonogramów finansowo-rzeczowych. Główne zmiany to są przedsięwzięcia z zakresów takich edukacyjnych, społecznych. Wprowadzamy też jedno nowe przedsięwzięcie i z racji, że to jest nowe to takie najważniejsze informacje. To jest przedsięwzięcie pod nazwą Zdolni z Pomorza II. Przedsięwzięcie ma być realizowane w latach 2024-2028. Całkowita wartość przedsięwzięcia to 1 045 180 zł i celem przedsięwzięcia jest zapewnienie uczniom ze zdiagnozowanymi uzdolnieniami, potrzebami, barierami o charakterze społeczno-ekonomicznym i terytorialnym odpowiedniego wsparcia w rozwoju. Dziękuję bardzo i proszę o pozytywne zaopiniowanie.

Przewodniczący Łukasz Bejm podziękował za przedstawienie projektu uchwały, a następnie z uwagi na brak głosów w dyskusji, poddał pod głosowanie przyjęcie i pozytywne zaopiniowanie projektu uchwały zawartego w druku nr 190.

## USTALENIA KOMISJI – OPINIA

Komisja Sportu, Rekreacji i Turystyki Rady Miasta Gdańska wysłuchała informacji i wyjaśnień przekazanych przez Panią Agnieszkę Trojanowską – Dyrektor Wydziału Budżetu Miasta i Podatków, a następnie przystąpiła do głosowania, w wyniku którego jednogłośnie 5 głosami za, przyjęła i **pozytywnie** zaopiniowała projekt uchwały, zawarty w **druku nr 190. (Opinia nr 06-06/19-19/2024)**

## PUNKT - 3

**Informacja o bieżących imprezach sportowych na terenie Miasta Gdańska.**

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Informacja została przesłana na maila.



## IMPREZY SPORTOWE NA TERENIE GDAŃSKA



- 11.12 – PGE Wybrzeże Gdańsk - Energa MKS Kalisz
- 14.12 – Trefl Gdańsk – Cuprum Stilon Gorzów
- 14.12 - Mistrzostwa Gdańska i Pomorza "Gdańskie Ergowiosła,,
- 18.12 – PGE Wybrzeże Gdańsk - Piotrkowianin Piotrków Trybunalski
- 21.12 – Trefl Gdańsk – Bogdanka Luk Lublin
- 30.12 – Trefl Gdańsk – PGE Skra Bełchatów

## PUNKT - 4

### Podsumowanie realizacji zadań zaplanowanych w 2024 roku.

#### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Podjęmę próbę w miarę treściwie, merytorycznie i ciekawie powiedzieć o zadaniu, do którego przygotowując się stwierdziłem, że jest bardzo trudne do wykonania powiedzieć o tym co przez cały rok wydarzyło się w obszarach, w których funkcjonował Gdański Ośrodek Sportu, bo praktycznie mając tą możliwość zaprezentowania tego pierwszy raz komisji w tym składzie to tylko tak obrazowo pozwolę sobie pokazać mapę.



## PODSUMOWANIE REALIZACJI ZADAŃ GOS ZAPLANOWANYCH W 2024 ROKU

Gdański Ośrodek Sportu to działalność kąpieliskowa, która zaczyna się w Świbnie i kończy na granicy z Sopotem, czyli ten cały sezon, o którym ja już państwu opowiadałem, więc tylko zaanonsuję, że to również starania, które również w podsumowaniu należy ująć.



# INFRASTRUKTURA



To też funkcjonowanie Zaruskiego, boiska i pływalnie na Osowej czy najbardziej południowe kwestie motocrossu. To jest ok 120 budynków, budowli, obiektów budowlanych, kompleksów sportowych, kompleksów po budżecie obywatelskim i tego wszystkiego co się na nich wydarza, co robią użytkownicy, co robią grupy zorganizowane i co my staramy się robić. W roku 2024 z nowych obiektów to przede wszystkim nowa

infrastruktura na samej plaży w Jelitkowie, czyli ten budynek zabudowa kontenerowa, budynek dla ratowników. Biuro z najpiękniejszym widokiem jak ratownicy dyżurują sobie tam w sezonie letnim, a w sezonie zimowym przygotowujemy się do obsługi licznych, bardzo licznych grup morsów. Jak mówi prezes Wysocki tak walczy od tylu lat, żeby sezon w Gdańsku trwał cały rok to na plażach faktycznie trwa cały rok, bo ludzie jak zauważyliście już ten paradygmat sezonu letniego i kąpania się odszedł do lamusa, to faktycznie tych ludzi kąpiących się jest cały rok. Też dla państwa informacji, nie wiem, czy wiecie, że ten budynek po prawej stronie przy wejściu na molo, ta zabudowa z tą wieżą tam funkcjonuje całorocznie ratownik wodny zatrudniony przez Gdański Ośrodek Sportu czyli przez gminę, który patroluje obszar zachodni. Nawet 3 lata temu była taka sytuacja, gdzie ratownicza na dyżurze faktycznie wyciągnęła pana, który chciał popełnić próbę samobójczą skacząc ze szczytu molo, ale też te plaże i kąpieliska tak jak mówią oprócz tego sezonu, o którym już dzisiaj nie będę drugi raz opowiadał to wszystko to co się dzieje, martwe zwierzęta, dziki, refulacja, zmiana, śmieci i różne inne wybryki. Jeśli chodzi o infrastrukturę to też nowa infrastruktura kajakowa, którą mieliśmy w administracji. Przygotowywaliśmy się, spoglądamy w przyszłość i zaczynamy myśleć o projekcie zagospodarowania terenów na ul. Zielonogórskiej i przejęcie w administrację w zasadzie to jest 5 nowych obiektów, w tym dwóch skateparków, boiska do koszykówki, boisko przy ul. Jana Pawła II na Zaspie, które w zasadzie mieliśmy w administracji, ale w tej chwili trwają tam prace budowlane i do końca roku powstanie nowa infrastruktura boisko wielofunkcyjne z tzw. bandami do uprawiania dyscypliny, którą jest bike polo.

## NOWE OBIEKTY

- ✓ Oddanie do użytku budynku dla Ratowników i Morsów w Jelitkowie.
- ✓ Oddanie do użytku przystani kajakowej przy ul. Na Szańcach.
- ✓ Przygotowanie założeń modernizacji Obiektu Sportowego Zielonogórska 4 – budowa obiektu kubaturowego i boisk.
- ✓ Przejęcie w administrację 6 nowych obiektów terenowych powstałych w ramach Budżetu Obywatelskiego: boiska przy ul. Jana Pawła II, Letnica, Jaworzniaków, Gdyńska Żabianka oraz 2 skateparki: Jar Wilanowski oraz przy ul. Podleckiego.



Jest w mieście taka grupa osób, która to bike polo uprawia i w końcu doczekają się swojego miejsca właśnie przy tym co kiedyś było boiskiem na końcu ul. Jana Pawła II, to robiliśmy w zakresie modernizacji... tam będą też kosze do koszykówki, ale generalnie

powierzchnia i bandy dookoła będą umożliwiały też amatorom tą grę. To wielofunkcyjne boisko można powiedzieć, bo jest specyficzna kwestia band.

## MODERNIZACJE OBIEKTÓW SPORTOWYCH

- ✓ Odwodnienie liniowe i kanalizacja deszczowa zgodnie z wymogami Speedway 2. Ekstraligi.
- ✓ Projekt nowego oświetlenia stadionu żużlowego – normy na 2025 rok.
- ✓ Montaż układów pomiarowych zasilania stadionu żużlowego.
- ✓ System kontroli wjazdu samochodów na teren Kompleksu Traugutta 29.



Gdański Ośrodek Sportu

Zrobiliśmy odwodnienie liniowe. Nie ma już takich dużych jak kiedyś zastoin wody na torze żużlowym. W tym roku przygotowujemy również postępowanie, mamy projekt i w tej chwili ogłosiliśmy postępowanie na remont samego toru żużlowego czyli zmiana jego profilu co wymagają przepisy PZMOT-u. Jesteśmy w trakcie zmian układów zasilania i system kontroli wjazdu samochodów na obiekcie na Traugutta. Chcemy zmniejszyć, zredukować ochronę fizyczną po to, że jak samochody tam podjeżdżają kamera rejestrowała podnosiła bramkę, żeby ograniczyć głównie koszty funkcjonowania ochrony. To są te nasze 4 pływalnie. Mniej więcej to pokazuje sumę ilości osobo wejść w roku na pływalnię. Jak państwo widzą Osowa, Orunia i Stogi takie same pływalnie, ale tą gwiazdą frekwencyjną jest Orunia. Na Chemie jest więcej zawsze miejsc, bo to i frekwencyjnie w otulinie bardzo licznych dzielnic jaką jest sam Chełm i wyżej położone południowe dzielnice.



## FREKWENCJA NA PŁYWALNIACH

- ✓ Osowa - 110 134 wejść
- ✓ Orunia - 145 094 wejść
- ✓ Stogi - 112 454 wejść
- ✓ Chełm - 168 273 wejść

✓ **Ponad PÓŁ MILIONA wejść łącznie**

## ZMIANY ORGANIZACYJNE

- ✓ Zmiana organizacyjna funkcjonowania pływalni GOS – rezygnacja z outsourcingu na rzecz zatrudnienia ratowników na umowę o pracę.



Gdański Ośrodek Sportu

Co w tym roku nowego to odeszliśmy w 2024 r., teraz już mamy cały bagaż doświadczeń z tym związanych, do tej pory przez lata zatrudnialiśmy ratowników poprzez outsourcing czyli kupowaliśmy to zamówieniem publicznym. Teraz budujemy własny zespół. Mierzyliśmy się wiele lat z tym, że te osoby były mało zaangażowane, telefon komórkowy, budujemy swój zespół ratowników, który już w tym roku, kiedy pływalnie były kaskadowo zamykane na sezon, przenosiliśmy na piach. Wiemy, że ilość pływalni się nie zmniejszy. Prawdopodobnie w przyszłości się powiększy. Tam samo będą Gdańszczanie odpoczywali i turyści na plażach, więc w tym roku taką nowością, którą chciałem wyakcentować to jest to, że budujemy w strukturze w stosunku umowy o pracę zespół ok 30 ratowników. Część się rotuje. To są młodzi ludzie. Zdarza się, że ktoś przychodzi i po miesiącu składa wypowiedzenie, ale jakby już są podwaliny do tego, że będzie taki cały zespół ratowników wodnych, który jest w strukturze miasta, a nie na zewnątrz. O tym już mówiłem, więc wypada wspomnieć w podsumowaniu rocznym, nie będę tego rozwijał.



**KĄPIELISKA MORSKIE**

## KĄPIELISKA MORSKIE

Do dyspozycji mieszkańców oraz turystów było **9 kąpielisk** o łącznej długości **1300 m**, na których przez **72 dni** pracowało **97 ratowników** wodnych:

✓ Jelitkowo	200 m
✓ Piastowska Jelitkowo	100 m
✓ Molo Brzeźno	200 m
✓ Hallera Brzeźno	100 m
✓ Dom Zdrojowy Brzeźno	100 m
✓ Stogi	300 m
✓ Sobieszewo	100 m
✓ Orle	100 m
✓ Świbno	100 m

- ✓ **Punkty medyczne:** Brzeźno, Stogi, Sobieszewo
- ✓ **Całodobowe Gdańskie Centrum Ratownictwa Wodnego**



Gdański Ośrodek Sportu

## INTERWENCJE I POMOC

- ✓ **0 – liczba utonięć na kąpieliskach!**
- ✓ **Kilkanaście** interwencji w wodzie
- ✓ Blisko **200** interwencji na plaży
- ✓ Ponad **150** osób skorzystało z punktów medycznych
- ✓ **10** wezwań zespołu Ratownictwa Medycznego

## POSZUKIWANIA

- ✓ **168** przypadków poszukiwań zaginionych dzieci/rodziców
- ✓ **33** więcej poszukiwań niż w **2023** roku

**Akcja "Mamo, tu jestem" – opaski pomogły w szybkim odnajdywaniu dzieci**

**CIEKAWOSTKA: 310 ton wywiezionych śmieci**

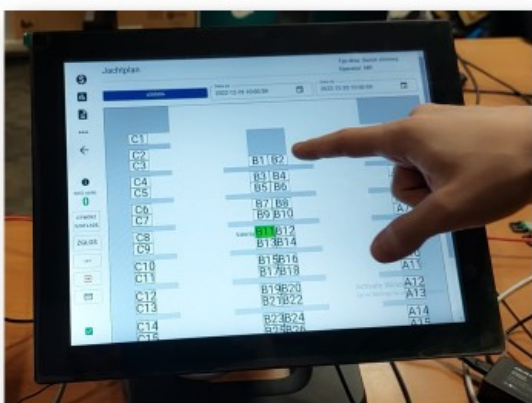


Gdański Ośrodek Sportu

Każdego dnia mnóstwo się dzieje na tych gdańskich plażach.

# MARINY

## NOWE TECHNOLOGIE W ZARZĄDZANIU MARINAMI



- ✓ Od 2024 roku na wszystkich sześciu marinach dostępny jest **autorski system GOS zarządzania marinami**.
- ✓ Usprawnia obsługę klientów, pracę bosmanatu i pobieranie opłat za usługi. Pozwala kontrolować zajętość przystani, tworzyć raporty oraz zarządzać dostęпами do pomieszczeń. Dokumenty papierowe zostały zastąpione wersjami elektronicznymi, co zwiększyło efektywność pracy i ma wpływ na ekologię.

Mariny. Po to wprowadziliśmy to chyba pierwsi w Polsce z tego co rozmawialiśmy z branżą, elektroniczny system. Odchodzimy od wypełniania kart takich papierowych i wprowadzamy elektroniczny rejestr do cumowania i tym będziemy się jeszcze chwalić w różnych takich forach branżowych zarządców marin. 2500 postojów we wszystkich marinach. To będzie rosło, bo zwłaszcza w tym roku rozwijała się oddana w 2023 r. do użytkowania największa marina na Górkach Zachodnich, która ponad 160 jachtów potrafi obsłużyć. Powiem państwu ciekawostkę, że pomimo tego, że oprócz marin obsługiwanych przez GOS to tych jeszcze prywatnych jest sporo, ale jak państwo zakupicie sobie jacht to

tak łatwo nie będzie znaleźć sobie miejsca w żadnej z marin. Ja dopiero się o tym przekonałem, zacząłem to badać i jest długa kolejka osób, które mają tyle jachtów, żeby np. w takiej Szafarni, gdzie w sezonie za metr kosztuje 8 zł za dzień, a jak jachty są po 30 metrów bieżące razy 8 razy dzień razy 2 miesiące to samo utrzymanie jak te faktury wystawiane dla tych armatorów są wysokie i to nie jest powiedziane, że miejsce będzie, bo w zasadzie większość to są rezydenci, czyli płacą mniej więcej za pół roku z góry, żeby mieć to miejsca.

**Łączna liczba postojów na wszystkich marinach: 2 518**

## MARINA GDAŃSK

- ✓ 1 323 postojów
- ✓ łącznie 9 248 dni postoju
- ✓ 1192 jednostki polskie
- ✓ 74 jednostki niemieckie
- ✓ 15 jednostek szwedzkich
- ✓ 12 jednostek holenderskich
- ✓ 9 jednostek norweskich
- ✓ 9 jednostek duńskich
- ✓ 5 jednostek litewskich
- ✓ 3 jednostki brytyjskie
- ✓ 2 jednostki francuskie
- ✓ 1 jednostka nowozelandzka
- ✓ 1 jednostka z Wysp Marshalla



Gdański Ośrodek Sportu

## PRYZYSTANIE MIEJSKIE



### SIENNA GROBLA

- ✓ 263 postojów
- ✓ łącznie 6 511 dni postoju
- ✓ 254 jednostek polskich
- ✓ 4 jednostki szwedzkie
- ✓ 1 jednostki niemieckie
- ✓ 1 jednostka australijska
- ✓ 1 jednostka duńska
- ✓ 1 jednostka ukraińska
- ✓ 1 jednostka litewska

### GÓRKI ZACHODNIE

- ✓ 341 postojów
- ✓ łącznie 23 734 dni postoju
- ✓ 341 jednostek polskich
- ✓ 8 jednostek niemieckich
- ✓ 6 jednostek szwedzkich
- ✓ 2 jednostki norweskie
- ✓ 1 jednostka estońska

### NADWIŚLANŚKA

- ✓ 451 postojów
- ✓ łącznie 14 930 dni postoju
- ✓ 447 jednostek polskich
- ✓ 2 jednostki szwedzkie
- ✓ 1 jednostka niemiecka
- ✓ 1 jednostka norweska

### ŻABI KRUK

- ✓ 79 postojów
- ✓ łącznie 4 223 dni postoju
- ✓ 78 jednostek polskich
- ✓ 1 jednostka czeska

### TAMKA

- ✓ 61 postojów
- ✓ łącznie 2038 dni postoju
- ✓ 58 jednostek polskich
- ✓ 3 jednostki niemieckie

Gdański Ośrodek Sportu

## STS GENERAŁ ZARUSKI

### STS GENERAŁ ZARUSKI – REKORDOWY SEZON

- ✓ 12 pełnomorskich rejsów, podczas których przepłynięto ponad 6 000 mil morskich
- ✓ 23 rejsy jednodniowe
- ✓ 2 rejsy trwające 3-4 dni
- ✓ W całym sezonie Zaruskim żeglowało 1000 osób
  
- ✓ Udział w obchodach 100-lecia Yacht Klubu Polski
- ✓ Rejs z geologami Uniwersytetu Wrocławskiego z udziałem Tomasa Rożka
- ✓ Rejsy dedykowane dzieciom i młodzieży, w tym harcerzom, uczniom szkół i podopiecznym domów dziecka
- ✓ Działalność edukacyjna „Akademii Zaruskiego” z finałowym rejsem po Zatoce Gdańskiej
  
- ✓ Reprezentowanie Gdańska podczas „Międzynarodowych Dni Hanzy”, „Baltic Sail Gdańsk” oraz „Poznaj Gdańskie Oldtimery”
- ✓ **Triumf w regatach „The Tall Ships Races”** na trasie z Maarianhaminy do Szczecina



Generał Zaruski to też wypada mi powiedzieć, ja o tym mówiłem w podsumowaniu sezonu, więc tylko chciałbym państwu wyakcentować, że to co było szczególne w 2024 roku to właśnie ten triumf w regatach The Tall Ships Races. Nigdy nasza jednostka wcześniej nie wygrała, a są to dosyć prestiżowe w tym środowisku regaty i zająć I miejsce to faktycznie jest coś co tylko potwierdza jak możemy być dumni będąc jako miasto amatorem takiego tradycyjnego żaglowca, przez który rocznie mniej więcej 1000 osób się przewija już na przestrzeni 12 lat funkcjonowania. To spora taka rodzina żeglarska się nam w mieście buduje, która ma szansę doświadczyć tego prawdziwego żeglowania.



które są dofinansowane z Biura Prezydenta ds. sportu. Są imprezy w ramach Gdańskiego Funduszu Sportowo-Rekreacyjnego. To jest ten fundusz, który WRS finansuje mniejsze inicjatywy, są w końcu oddolne inicjatywy mieszkańców, którzy czasami chcą coś w ramach swoich stowarzyszeń, albo indywidualnie prowadzić i mniej więcej mamy w zależności od metodyki liczenia, ale ok 15 000 – 18 000 osób w roku korzysta z tej oferty bezpłatnych zajęć Aktywuj się.



## PROJEKTY UNIJNE – NOWE



- ✓ **ECOMARINAS:** Projekt ma na celu poprawę gospodarki wodnej w marinach Regionu Południowego Bałtyku oraz zwiększenie świadomości społecznej na temat ochrony wód.
- ✓ Koniec projektu: 2027 r.
- ✓ **Gdański Ośrodek Sportu jest liderem projektu.**



Gdański Ośrodek Sportu

Kilka słów o projektach unijnych. Mamy kilka projektów unijnych, ale w jednym jesteśmy liderem. To jest projekt Ecomarinas i on dotyczy ekologicznego zarządzania marinami i

edukacji żeglarzy. Mimo to, że mamy XXI wiek to realizacja chociażby wyrzucania fekaliów ze zbiorników żaglowców często odbywa się w sposób mówiąc delikatnie nielegalny lub taki sam jak robili to odkrywcy Ameryki 500 lat temu, czyli wyrzuty do morza i tutaj jest ogromna praca do zrobienia. W ramach tego projektu Gdański Ośrodek Sportu jest liderem. Tam jest 9 międzynarodowych partnerów, w tych chociażby właściciel mariny Västerwik, którym współwłaścicielem jest były członek zespołu Abba i jest to świetne miejsce i pokazują dobre praktyki, gdzie nam jeszcze daleko, chociażby taka duża szczota, przez którą przejeżdżają jachty myjąc dół jachtu zamiast malowania co roku, robienia antifoulingu, czyli taką mocno bakterioobójczą substancją są te jachty od dołu w sezonie zimowym pokrywane. Tak samo jeśli chodzi o utylizację wód zaolejonych, czy olejów z silników. Takiej inwestycji chcemy się przyjrzeć jak w południowym Bałtyku jest to realizowane, zrobić trochę wizyt studyjnych, zrobić badanie wśród tych zarządców marin i zrealizować kilka inwestycji na naszych terenach. Paradoksalnie wydawało się, że jesteśmy w XXI wieku, ale realizacja niektórych starych zwyczajów żeglarskich, nie mówię, że wszystkich, bo są też świadomi, ale to jest spory obszar do zagospodarowania i ten projekt mówię o tym już na tyle długo, bo on na to zasługuje, ponieważ został wybrany jako projekt strategiczny dla całego programu współpracy transgranicznej Południowy Bałtyk. Ten program jest 7-letni. Ma dużo projektów i kilka z nich, dwa, miały taki tytuł programu strategicznego dla całego programu, dlatego chciałem, żeby to wybrzmiało.

## PROJEKTY UNIJNE – NOWE



- ✓ **BOATMAN:** Projekt wspierający tworzenie zrównoważonych ośrodków turystycznych na Południowym Bałtyku, bazujących na dziedzictwie morskim.
- ✓ Przewiduje się odrestaurowanie zabytkowych jednostek pływających i budowę replik.
- ✓ Koniec projektu: 2027 r.



Również projekt Boatman, w którym jesteśmy partnerem i będziemy realizować kwestie związane z odtworzeniem tradycyjnych metod i tu jest głównie szkutnictwo i działania szkutnicze i to już zaczęliśmy robić i odbudowa Strażnika Poranka i sfinansowanie rejsów Zaruskim. Jesteśmy też aktywni w projektach unijnych. Zresztą jeżeli państwo spojrzą na statystykę w ogóle w realizacji projektu w programie Erasmus + Sport to Gdański Ośrodek

Sportu jest góruje w tych statystykach, bo zawsze stworzy nam się z czasem świetny zespół projektów Erasmusa zwłaszcza i tych projektów unijnych. Akurat Erasmusy mają to do siebie, że są w 100% finansowane i np. będziemy wizytować w przyszłym roku projekt Mobility GOS Hiszpanię, Holandię w zakresie tzw. study visit.



## PROJEKTY UNIJNE – NOWE

- ✓ **mobiligOS**: Projekt realizowany w ramach programu Erasmus+ Sport (Mobilność Kadry w Sporcie), którego celem jest rozwój kompetencji pracowników GOS.
- ✓ W 2025 roku **10 pracowników GOS** weźmie udział w wizytach studyjnych w dwóch organizacjach z Hiszpanii i jednej z Holandii.



Gdański Ośrodek Sportu

## PROJEKTY UNIJNE – W TRAKCIE REALIZACJI



- ✓ **„Circular Ocean-bound Plastic (COP)”**: ma na celu rozwiązanie problemu zanieczyszczenia tworzywami sztucznymi w południowym Morzu Bałtyckim.
- ✓ W ramach projektu określone zostaną możliwości zbierania, recyklingu i ponownego wykorzystania odpadów z tworzyw sztucznych trafiających do morza w regionie.
- ✓ Koniec projektu: 2026 r.



Gdański Ośrodek Sportu

To są środki unijne. Tak samo Circular Ocean-bound Plastic czyli to co państwu kiedyś mówiłem o tej akcji Eko Kajak, która się wydarzała to te wszystkie śmieci zostały zebrane, zbadane, przeanalizowane pod kątem chemicznym przez Uniwersytet Gdański i teraz w projekcie będziemy szukali zastosowania do ponownego wykorzystania tych śmieci z

Motławy. Inne projekty zakończone unijne dotyczące promocji tradycyjnych gier ruchowych.

## PROJEKTY UNIJNE – ZAKOŃCZONE W 2024



Co-funded by the European Union



- ✓ „PROFACT - Promocja aktywności fizycznej poprzez europejskie sporty tradycyjne. Projekt miał na celu zachęcenie młodzieży do uprawiania sportu i aktywności fizycznej oraz promowanie międzykulturowej integracji społecznej.

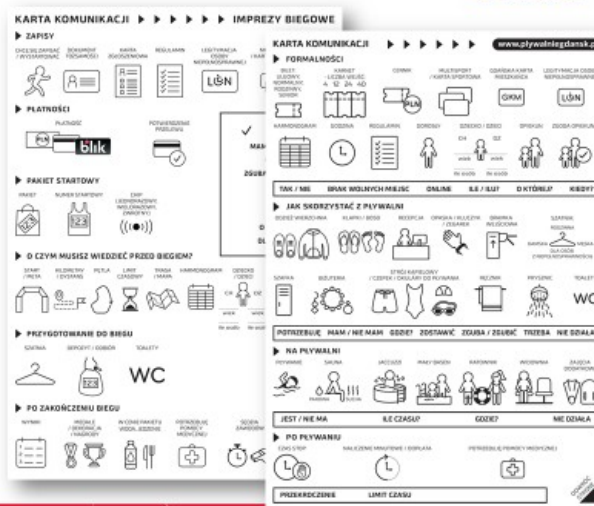
Gdański Ośrodek Sportu

## PROJEKTY UNIJNE – ZAKOŃCZONE W 2024



Co-funded by the European Union

- ✓ **HOST4ALL** - Rezultatem były wytyczne „Organizacja imprez sportowych dla wszystkich” oraz karta komunikacji z osobami głuchymi i słabosłyszącymi, opracowana we współpracy z Gdańską Organizacją Turystyczną i Stowarzyszeniem „Okno na Świat”.



Gdański Ośrodek Sportu

Projekt unijny, a ramach którego robiliśmy te karty dostępności. One tak wyglądają. O tym też już wcześniej na komisji prezes Wysocki mówił, więc nie będę wspominał. Te bliskie naszemu sercu działania ekologiczne. To też państwu powiem, że właśnie kończymy roboty w zakresie wdrażania tego systemu BEMS czyli centralnego zarządzania ciepłem w budynkach na obiekcie Traugutta. Fizycznie wygląda to tak, że we wszystkich kaloryferach zamiast takich pokręteł są automaty, których nikt nie może ruszyć i są też czujniki w

pomieszczeniach, a kierownik obiektu ma aplikację i ustawia temperaturę dla każdego lub jest ona automatycznie regulowana.



## EKOLOGIA - MODERNIZACJA OBIEKTÓW



- ✓ Wdrożenie sterowania grzejnikami w ramach systemu BEMS – Kompleks Sportowy Traugutta 29. Ten sam system, wdrożony w 2023 roku na MHS, pozwala zaoszczędzić **48%** energii ciepłej w okresie zimowym oraz **44%** w skali roku.
- ✓ Kontynuacja strategii oszczędności energii w ramach bieżącej działalności obiektów GOS: montaż instalacji fotowoltaicznej na Przystani Sobieszewo (przełom 2023/2024) oraz projekt instalacji fotowoltaicznej na Przystani na Tamce.

Gdański Ośrodek Sportu

Zrobiliśmy ten system BEMS na miejskiej hali sportowej w 2023 roku. Wydaliśmy na to 40 000 zł, a rachunki z sezonu grzewczego zapłaciliśmy o 70 000 zł mniej. Czyli ta inwestycja nie dość, że jest ekologiczna to jest też i zwrot, że zaoszczędziliśmy w ciągu jednego sezonu grzewczego 48% kJ. Ceny ciepła ciągle się zmieniają, ale jeśli chodzi o przeliczenie na kilodżule to na hali sportowej by była tego typu różnica i zmiana. Teraz

kończymy wdrażanie tego na obiektach na Traugutta. Montaż instalacji fotowoltaicznej na przystani Sobieszewo, mamy projekt tej instalacji na Tamka.

Eko kajak, o którym już mówiłem. Dziękując za uwagę chętnie odpowiem na pytania, bo tych spraw jest sporo, zresztą z wieloma z państwem mam okazję być w bieżącym kontakcie o sprawach, których nie ma w przestrzeni teraz, żeby sprawozdawać, a ich jest naprawdę mnóstwo. Spojrzałem jeszcze przed wyjściem, że tam mam koszulek zakończonych w EZD prawi 2450, więc jest to tego typu zakres działalności. Dziękuję za uwagę i zapraszam do pytań.

## **EDUKACJA EKOLOGICZNA - AKCJA „EKO KAJAK”**

- ✓ **170,5 kg** - Ilość zebranych śmieci: **170,5 kg**
- ✓ **160 osób** - Liczba uczestników: **160 osób**
- ✓ **1200 osób** - Liczba zarejestrowanych uczestników, którzy nie wzięli udziału ze względu na ograniczoną liczbę miejsc



Gdański Ośrodek Sportu

### **Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Dziękuję. Radny Karol Ważny.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Czy możemy wrócić do slajdu dotyczącego nowych obiektów, które będziecie przejmować.

### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

To są te, które przejęliśmy w 2024 r.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Zielonogórska mnie interesuje.

### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Zielonogórska to już mówię co zrobiliśmy. Przymierzyliśmy się do tego co my byśmy tam chcieli i zapytaliśmy ile zaprojektowanie tego kosztuje. Sam projekt by nas kosztował ok

600 000-700 000, ale zastanawialiśmy się dokładnie co tam można i trzeba zrobić i tam jest teren bardzo skomplikowany z uwagi na to, że jest objęty konserwatorem zabytków, bliskość osuwisk skarpowych, retencja wody, trawa hybrydowa. Nie można tam zrobić sztucznej trawy, bo jest za mała retencja i mogłyby się osuwać te osuwiska. Można zrobić trawę hybrydową. Żeby tam zrobić boisko to trzeba zrobić drogę. Droga jest konserwatora. Żeby zrobić drogę to trzeba zrobić z przyłączami. Trzeba pociągnąć ok 300-400 metrów przyłączy wodno-kanalizacyjnych i energetycznych, których teraz tam nie ma i zbudować kubaturę szatniowo-sanitarną i w pierwszym etapie. To jest jedno z ostatnich miejsc, gdzie w Gdańsku zmieściłoby się boisko pełnowymiarowe.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Czemu ta droga jest niezbędna do realizacji tego, poza tym, że jest potrzebna.

#### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Powiem tak bardzo kolokwialnie, w tej chwili jest w stanie fatalnym, a pytając o drogę to ...bo właściciel drogi odpowiada również często za to jak ktoś urwie tam koło i odnośnie tego właśnie kończymy remont dojazdu do przystani. O tym nie powiedziałem. Przypomniałem sobie, że też powinno być. Droga jest fatalna. Ma pełno dziur i jest w sezonie zimowo-letnim i zwłaszcza tym błotnym praktycznie nieprzejezdna. Jedynie Dziki tam się dobrze czują i faktycznie widziałem wczoraj monitoring z tego obiektu. Jest tam sporo dzików i w połowie jest zryte. Jesteśmy w kontakcie z łowczym i jest duża szansa, że część będzie relokowana. Nie można zrobić boiska, do którego nie można dojechać. Taka droga w bardzo złym stanie była przy ul. Przełom 22, gdzie jest od pętli autobusowej dojazd do Górek Zachodnich. Tam po prostu żeglarze liczne skargi pisali, że za chwilę koło urwą i wtedy konsekwencja jest na właścicielu drogi.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Nie ma możliwości, żeby tą drogę wybudować na zasadzie utwardzenia nie wiem czy płytami betonowymi?

#### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Nie ma, bo tam jest konserwator zabytków i droga jest z kostek granitowych, a bez sensu jest robić taką drogę, którą jedyną można tam zrobić z kostek granitowych według zaleceń konserwatorskich nie robiąc wcześniej przyłączy, bo robiąc boisko bez szatni i prysznic to też się trochę mija z celem.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Czyli kosztorys taki orientacyjny wykonania projektu to jest 700 000 zł?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Tak. Projektant nam wycenił koszt wykonania projektu.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Na razie w budżecie na rok 2025 takiej pozycji nie ma.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Nie, na 2025 jest remont molo, który jest niezbędny i reprofilacja toru na stadionie żużlowym. To są główne dwa remonty.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jeszcze o jedną rzecz chciałem spytać plan zagospodarowania w zeszłej kadencji był procedowany i m. in. tam od tej powierzchni biologicznie czynnej był dosyć problematyczny i Biuro Rozwoju Gdańska też tam miało swoje opinie na temat tego ile tej zieleni czy toru retencyjnego powinno być. Pytanie jak to się zakończyło, bo nie pamiętam.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Że boisko by się zmieściło.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Ok i może być hybrydowe.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Hybrydowe z tego względu, że naturalne ma to do siebie, że w sezonie wegetacji można je zwykle użytkować do 18, 20 godzin w tygodniu. W sezonie poza wegetacyjnym 9 do 11 godzin, żeby utrzymać standard trawy. Hybryda i sztuczne to już mówimy o innych limitach.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Hybrydę ile godzin można użytkować w stosunku do sztucznej murawy w ciągu tygodnia?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Nie mamy takiej hybrydowej, więc musiałbym sięgnąć do opisów. Z opowieści jest ponoć jest to dwa razy więcej co najmniej, ale jeszcze się nie przymierzaliśmy do tego i w zasobie nie mamy jeszcze żadnej trawy hybrydowej u siebie na boiskach, więc będę ostrożny z wypowiedzią.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Pytam, bo Biuro Rozwoju Gdańska dosyć konserwatywnie do tej powierzchni biologicznie czynnej tam podchodziło, a pamiętam, że były takie głosy, że właśnie gdyby ten poziom

był niższy to można by było jednak pokusić się o sztuczną murawę, ale rozumiem, że też ze względu na te warunki wodne to też niekoniecznie najszcześniejsze rozwiązanie.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Rozmawiamy sobie na zasadzie wymiany poglądów. Musiałby projektant do tego usiąść i jak będą środki na projektowanie i takie decyzje zapadną to wtedy będziemy mogli bardziej konkretnie rozmawiać, bo teraz to jest dyskusja pogładowa.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Pytam, bo jak wiemy deficyt tych boisk jest dosyć duży u nas w mieście, a Zielonogórska jak już pan dyrektor powiedział jest jedyną taką lokalizacją, więc oczywiście boisko z naturalnej jest najlepsze dla stawów, penie też dla trenowania umiejętności technicznych, ale z drugiej strony wiemy, że właśnie w naszych warunkach pogodowych pewnie najlepszą są boiska ze sztuczną murawą, bo po prostu najwięcej jednostek treningowych się dnia, tygodnia, miesiąca można przeprowadzić.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Tak. Też biorąc wprost kwestie ekologiczne to utrzymanie standardów murawy naturalnej wymaga potężnych ilości nawożenia nawozami sztucznymi, fosforem, potasem i można prowadzić dyskusję taką akademicką czy jest to w istocie trawa naturalna jest ekologiczniejsza od sztucznej, bo to są potężne ilości, bo na tym polega grasspiking, dużo nawozu, częste koszenie, aeracja, dużo nawozu, koszenie, aeracja, itd.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Ale to jest kierunek w miarę pewny, że to będzie ta murawa hybrydowa?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Nie. Nie cenilibyśmy naturalnej z uwagi na to, że jest po prostu 18 godzin w sezonie, poza sezonem 11. Koszty budowy i później co miesiąc kotwiczenie budżetowe nawożenia tego, koszenia, żeby ktoś skorzystał z tego paręnaście godzin w tygodniu, a na pewno jakby presja tak jak pan radny mówi, jest o wiele większa w sensie tych drużyn, które szukają sobie miejsca jest, a lokalizacja w otulinie tak licznych dzielnic południowych jest fantastyczna.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Chciałam się dopytać o Zielonogórską, bo jednak ten temat jest wałkowany przez wiele lat. Jest to miejsce, gdzie możemy mieć to pełnowymiarowe boisko. Natomiast też chciałam zapytać jak to teraz funkcjonuje? Też swojego czasu pisałam interpelacje, Rady Dzielnic występowały, żeby tam własnym sumptem uporządkować ten teren i jak to teraz

funkcjonuje, bo wiadomo, że zanim zrobimy tam porządek to trochę lat minie, a jak teraz wygląda?

### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

W tej chwili funkcjonuje tam coś na całym terenie, coś na kształt murawopodobnym. Jest to trawa i funkcjonuje jako wybieg szczerze mówiąc dla dzików, dla psów. My też nie inwestujemy w ten teren, bo oprócz zwykłego koszenia, grabienia część tego terenu jest wydzierżawiona na korty, których nie można zadaszyć, bo nie pozwala na to miejscowy plan i konserwator, więc też dzierżawca prowadzi tam zajęcia w sezonie letnim, a na części terenu są składowane kontenery jeszcze które pamiętają czasy covidu, później były przetransformowane na potrzeby Gdańskich Nieruchomości i obsługi osób w kryzysie bezdomności, a w tej chwili prawdopodobnie nie nadają się już do niczego i zastanawiamy się czy je zlikwidować czy nie zrobić z nimi coś innego?

### **Radny Łukasz Świacki – wiceprzewodniczący komisji**

Chciałem zapytać o Akademię Zaruskiego. Czy w podsumowaniu ten projekt się udał i czy jest szansa na zwiększenie liczby dzieci, które mogą w tym uczestniczyć w kolejnych latach?

### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Tak. Generalnie rzecz biorąc mamy bardzo ambitne plany jeżeli chodzi w ogóle o rozwój żeglarstwa. W tej chwili od dwóch lat funkcjonuje Akademia Zaruskiego jako coś szerszego niż tylko pływanie na Zaruskim, ponieważ stworzył się fajny zespół kilku ludzi, którzy odwiedzają mnóstwo szkół gdańskich i chodzą z wykładami i prezentacją oferty na dzień dobry i szkół i uczelni wyższych. Zapraszamy dzieci też do udziału w takich zajęciach na łódkach typu Mariner 19, które stacjonują w Sobieszewie. Mamy 6 takich łódek i w sezonie letnim organizujemy bezpłatne zajęcia w formule takiej 5-godzinnej. Spotkanie to jest 2 godziny teoria i 3 godziny na samej łódce. Ciekawe, że nauczycielami, instruktorami tych dzieciaków są już absolwenci z tej rodziny Zaruskiego, którzy złapali tego bakcyła, zrobili patenty i dalej uczą następnych. Drugim krokiem jest właśnie ten rejs 1-dniowy, kilkudniowy. Chcemy nawiązać współpracę z Pogorią i Chopinem, która robi takie rejsy komercyjne tzw. Szkoły pod Żaglami w sezonie również zimowym. Oni wypływają na kilka miesięcy do tych ciepłych mórz, ale żeby też nasi Gdańszczanie mieli świadomość, że taka oferta funkcjonuje, istnieje. W końcu rejs, który jest planowany w roku 2025 jako rzecz spektakularna na Zaruskim w 50-tą rocznicę dokładnie w 1975 roku Zaruski popłynął na Spitsbergen, czyli za koło podbiegunowe. Po 50 latach po totalnym zniszczeniu tej łodzi i totalnym odbudowaniu przygotowujemy rejs 50-lecia na Spitsbergen jako Akademia Zaruskiego. To będzie rejs 6-etapowy, który będzie trwał 6 tygodni i osoby też będą się zmieniały. To jest zwyczajowe w tego typu rzeczach, że nie płyną 6 tygodni, tylko część

zabieramy z Gdańska i płyną do Skandynawii 2 tygodnie, oni wracają samolotem, następna grupa dosiada. Z uniwersytetem Wrocławskim mamy wstępnie też część badawczą dogadaną wokół Spitsbergenu. Jesteśmy na etapie planowania, ale mamy w tej chwili takie wyzwanie, że nikt nie chce ubezpieczyć tego rejsu co jest takim warunkiem koniecznym, więc szukamy i prowadzimy różne rozmowy z ubezpieczycielami, żeby taką polisę zrealizować i wtedy fajnie byłoby to spięciem tej całej Akademii Zaruskiego, takim PR-owym, medialnym, popłynięcie drewnianą łódką gdańską na Spitsbergen.

**Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Powodzenia.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Dziękuję.

**Radny Andrzej Kowalczyś – członek komisji**

Mam pytanie spoza prezentacji. Może pan dyrektor nie pamięta, kory Podleśna kiedy kończy się tam umowa dzierżawy?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

W tej chwili zakończyła się już trwająca umowa dzierżawy i zamierzamy zawrzeć z tym samym podmiotem, to jest chyba fundacja, ale nie pamiętam teraz nazwy, ale podmiot, który do tej pory był operatorem w tej chwili jest decyzja i jest wywieszony na tablicach ogłoszeń urzędu i u nas o zamiarze zawarcia umowy dzierżawy na 9 miesięcy z dotychczasowym operatorem tego obiektu.

**Radny Andrzej Kowalczyś – członek komisji**

Dlatego tak krótko, bo będzie tam inwestycja?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Na chwilę obecną nie. Kory Podleśna czy Abrahama panie radny?

**Radny Andrzej Kowalczyś – członek komisji**

Podleśna, przy Batorego tam.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Ok, to kory Podleśna tam miejscowy plan jest taki, że uniemożliwia realizację inwestycji, nie bardzo tam jest co zrobić.

**Radny Andrzej Kowalczyś – członek komisji**

Dlaczego przedłużamy o 9 miesięcy?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Dobre pytanie. Dotychczasowy operator przez wiele lat to miał. Chcemy to przedłużyć, że kupić sobie czas, żeby podjąć jakąś decyzję co z tym robimy na wiele lat do przodu i zaplanować, czy chcemy co i jak jest możliwe i czy jest możliwa zmiana planu, czy nie jest możliwa. Na razie jakby nie ma takiej decyzji wieloletnich w tym zakresie odnośnie tych kortów przy ulicy Podleśnej, dlatego jest decyzja na czasowe przedłużenie umowy z dotychczasowym dzierżawcą.

**Radny Andrzej Kowalczyk – członek komisji**

Dziękuję.

**Radny Piotr Dzik – członek komisji**

A w czyjej gestii jest Motława? Są głosy, że jest wydzierżawiona jakiemuś podmiotowi, kończy się umowa.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Motława w sensie?

**Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Chodzi o połów ryb.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Wody należą do Skarbu Państwa. Jeśli chodzi o Motławę właścicielem wód jest Skarb Państwa. Ze Skarbu Państwa zarządza tym Minister właściwy, który wytycza Urząd Morski właściwy, czyli w Gdańsku, a dla opływu Motławy jest Kapitanat Portu Gdańska jako zarządzającym wodą.

**Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Dziękuję.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jeszcze pytanie dotyczące boiska w Osowej. Z panem dyrektorem wielokrotnie o tym rozmawiałem, ale słyszałem, że już chyba w lutym ma zakończyć etap rozliczenia finansowego, czy rzeczowo-finansowego tego grantu z Ministerstwa i pytanie czy może coś tam państwo jako GOS do przodu poszłicie jeżeli chodzi o przygotowanie do przejęcia tego terenu?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Przygotowujemy się w tym zakresie, że przygotowujemy na to projekt polityki cenowej, który musi wejść rozporządzeniem, a i tak jak będziemy jakieś kompleksowe

zmiany robili całego naszego zarządzenia tzw. cennika to jest Zarządzenie Prezydenta Miasta odnośnie zasad korzystania i to jest 460 pozycji dla tych wszystkich obiektów jak kto i za ile korzysta. Chcemy to tam wprowadzić i do tego się przygotowujemy, a przy okazji to na razie więcej rzeczy się nie wydarza. Czekamy też na rozstrzygnięcie, przygotowujemy się budżetowo w tym sensie, że teraz jest taki intensywny okres, że są postępowania, które powiedzą nam ile będziemy płacić za dane usługi w przyszłym roku i zobaczymy czy one wyjdą korzystanie czy nie i czy będziemy mogli pozmieniać sobie wewnątrz, czy wystąpić o dodatkowe środki. Teraz jakby liczymy się czy nas będzie na to stać, ale pomysł mamy taki, że jesteśmy przygotowani personalnie, bo tam mamy zespół przy pływaniu, który miałby się tym zajmować.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Odnosnie budżetu jest jeszcze parę wątków, mówiąc brzydko, niedoróbek wynikających z pewnych rozwiązań projektowych, który może nie do końca były fortunate, więc pewnie przyszłościowo jakieś dodatkowe koszty będą potrzebne, ale oczywiście deklarujemy też jakieś wsparcie jeżeli chodzi o kwestie finansowania.

#### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Podam państwu przykład inny. Ale w tej chwili też jesteśmy w trakcie realizacji takiej drobnej inwestycji polegającej na montażu dodatkowego piłkochwytu. Jest takie boisko przy ul. Zalesie na Stogach. Piłkochwyty są na metalowych słupach, a zaraz obok nie dalej jak 10 metrów jest blok i mieszkańcom bardzo przeszkadzało walenie piłki i rezonowanie tego płotu o te słupy po prostu i teraz realizujemy taką inwestycję. Też nie było to przewidziane niestety w projekcie, ale robimy taką inwestycję, że będą dodatkowe piłkochwyty między boiskiem, a tym metalowym płotem materiałowe, które będą po prostu wyciszały. W idealnym świecie nie powinno tak być, ale praktyka taka jest, że coś wychodzi i trzeba doinwestować, wyremontować czasami.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jak to się ma do zabezpieczeń gwarancyjnych? Nie powoduje jakiś komplikacji potem dołożenie właśnie takich dodatkowych elementów?

#### **Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

To zależy. Jest to kwestia dialogu z gwarantem na ile on zaakceptuje ingerencję, na ile nie. Tu po prostu było wbudowanie kolejnych słupów nie było kwestią zaburzającą użytkowanie wynikające z instrukcji użytkowania i gwarancji.

#### **Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Jeszcze chciałam się zapytać, bo tego nie widziałam w prezentacji. Były testowane na plaży wózki dla osób niepełnosprawnych. Jak to wygląda, bo rozmawialiśmy jeszcze wtedy z dyrektorem Paszkowskim, że trzeba to przetestować.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Testowaliśmy jeden wózek. Sam do niego wsiadłem i jeździłem po plaży i nie zdał egzaminu w tym sensie, że tak dla państwa informacji chcemy kupić wózek dla osób niepełnosprawnych, który będzie jeździł po plaży, że osoba przesiada się ze swojego i jeździ. Jedyny jaki znaleźliśmy producent z Australii, importer z Czech, nasz piasek jest tak miękki, tak małą ma średnicę, że te wózki się zapadają mimo to, że jest mocny silnik, duże opony i nie znaleźliśmy producenta, który poradził sobie faktycznie, żeby ta osoba niepełnosprawna, która będzie jechała w tym wózku nie zapadła się gdzieś kilometr od czegokolwiek i nie została sama bez pomocy, więc na chwilę obecną mimo, że przeszukaliśmy ten rynek nie znaleźliśmy, ale jak państwo znajdą wózek, który będzie w stanie jeździć elektryczny to uważam, że świetne marzenie byłoby możliwe do zrealizowania dla takiej osoby, która nigdy nie chodziła, a jeździ tylko po plaży tam gdzie jest kładka w sezonie tam i z powrotem, a teraz może wsiąść i pojechać tam, gdzie chce.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Pamiętam, że rozmawialiśmy, że to nie zdało egzaminu, ale myślałam, że może coś się zadziało, że się udało znaleźć jakiegoś innego producenta, który by spełniał te wymogi.

**Radny Łukasz Świacki – wiceprzewodniczący komisji**

Jeszcze chciałem zapytać o kąpieliska, bo jest taki temat budowy tego terminala pływającego gazu na Górkach. Czy oni są w kontakcie z GOS-em w tym temacie?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Nie.

**Radny Łukasz Świacki – wiceprzewodniczący komisji**

Idą przez kąpielisko chyba?

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Na Stogach. Między Stogami, a Górkami Zachodnimi. Sanepid nam zwracał uwagę, że przy dalszej rozbudowie tego portu należy rozważyć przesunięcie kąpieliska w kierunku wschodnim.

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Czy są jeszcze jakieś pytania? Chciałem pochwalić stronę Aktywuj się w Gdańsku, która jest bardzo intuicyjna i wszystkie te rzeczy świetnie zbiera w jednym miejscu, natomiast chciałem na nią wejść tutaj na komputerze i Firewall Gdańskiego Centrum Informatycznego niestety uznał ją za niebezpieczną i klasyfikuje jako pornografię, także

jakby można było na to zerknąć, nie wiem, czy to jest kwestia tego, że jestem do sieci tutaj podłączony rady, bo w telefonie działało niedawno jeszcze, natomiast teraz nie.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Dziękuję bardzo. Zweryfikuję to. Wiem, że my dbamy o bezpieczeństwo, ale może być, że ktoś jest nadgorliwy w blokowaniu domen i stronę Aktywuj się w Gdańsku interpretować jako pornografię. Nigdy mi się to nie wydarzyło, chociaż wiem, że czasami firma, która nas obsługuje zapomni zaktualizować i wtedy od razu wychodzi ten próg bezpieczeństwa i wiemy wtedy, że oni powinni zadziałać.

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Wczoraj działała jak byłem podłączony do sieci innej niż tutaj w radzie miasta, a teraz nie działa, więc na to zwracam uwagę po prostu.

**Pan Kamil Koniuszewski – p.o. Dyrektora Gdańskiego Ośrodka Sportu**

Dziękuję. Proszę, aby korzystając z tego, że państwo są radnymi po prostu mówić to ludziom, bo wiem, że oni często nie wiedzą, mimo tego, że my staramy się to promować, komunikować to ludzie po prostu myślę, że nie ma zajęć, bo nie wiedzą gdzie są, albo gdzie ich szukać i tutaj prośba o przyłączenie się do tej mrówczej pracy komunikowania tego mieszkańcom każdego dnia.

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Pewnie. Dziękujemy bardzo. Bardzo proszę pan prezes Łukasz Wysocki.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Szanowni państwo jeżeli chodzi o 2024 rok jak można by było skrócić w jedno, dwa zdania.



*Podsumowanie realizacji zadań*

*zaplanowanych w 2024 r.*

## Rozwój Gdańskiej Karty Mieszkańca

**Główny wskaźnik:** min. 180 tys. Pakietów Mieszkańca na 2024 rok  
**Realizacja do 18.11.2024:** 184 885 pakietów (103% realizacji celu)

### Wskaźniki wspierające:

#### 115 000 bezpłatnych wejść

- Realizacja do 18.11.2024: 112 921 bezpłatnych wejść (98% realizacji celu)

#### 30 000 wykorzystanych zniżek

- Realizacja do 18.11.2024: 30 442 wykorzystanych zniżek (101% realizacji celu)

#### 2 nowe funkcjonalności systemu

- Realizacja do 18.11.2024: 2 nowe funkcjonalności (100% realizacji celu)

#### 4 mln odsłon portalu

- Realizacja do 18.11.2024: 4 039 826 odsłon (100% realizacji celu)

### Utrzymanie wszystkich elementów oferty

#### Prace rozwojowe:

- Obsługa Systemu FALA w Gdańskiej Karcie Mieszkańca
- Automatyczne powiadomienia
- Mobilne centrum obsługi Karty Mieszkańca
- Wsparcie komunikacyjne wydarzeń i projektów miejskich
- Moduł zwiedzania i nowa formuła konkursów punktowych
- Kalendarz wydarzeń i sprzedaż biletów
- Moduł związany z gospodarką odpadami komunalnymi
- Ulepszenie funkcjonowania i wyglądu portalu pod kątem UX
- Planer wydarzeń



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
[www.visitgdansk.com](http://www.visitgdansk.com)

[got@visitgdansk.com](mailto:got@visitgdansk.com)

To był bardzo dobry rok z punktu widzenia realizacji naszych działań bardziej projektowych, czyli Karta Mieszkańca, ponad 180 tys. odnowionych pakietów, 340 tys. aktywnych osób w systemie Gdańskiej Karty Mieszkańca. To co ważne kilka nowych funkcjonalności i cały czas ten system rozwijamy. Dzisiaj już wdramy też moduł takiego kontaktu sąsiedzkiego, czyli też przez system do użytkowników Gdańskiej Karty Mieszkańca tworzymy taką przestrzeń do budowanie tych mniejszych społeczności. Dzisiaj w tym czasie takim mocno anonimowym, często nie wiemy kto mieszka obok w naszej klatce, poprzez Gdańską Kartę Mieszkańca będziemy grupowali też w mniejsze społeczności, gdzie będziemy wiedzieli, z kim możemy się skontaktować z naszej ulicy czy z naszego adresu przysłowiowo, że jak wyjeżdżamy na wakacje żebyśmy wiedzieli, że być może jest sąsiadka, która może nam podać kwiaty, itd. Natomiast system, który cieszy się cały czas uznaniem jeżeli chodzi o mieszkańców, a to ze względu też na to, że rozwijamy go pytając ich o kierunki, w które ten system powinien się rozwijać.

Gdańska Karta Turysty czyli pakiety dla osób przyjeżdżających do Gdańska. Ponad 17 tys. pakietów w 2024 roku i to są dane do końca listopada, więc osiągnęliśmy cel, o którym jeszcze z 4 lata temu mogliśmy tylko pomarzyć. Ten produkt tworzony był z myślą o gościach międzynarodowych, którzy lubią pakietyzację w 89% ten produkt był używany przez gości z Polski, więc też pokazuje jak wygląda weryfikacja produktowa to co nam się wydaje często może nie być do końca w tym co w rzeczywistości funkcjonuje. Natomiast główny aspekt dostęp do usług, ale też sugerowanie i z punktu widzenia kontaktu czy remarketingu wyciąganie ruchu turystycznego z centrum miasta, ze śródmieścia na inne dzielnice, ale też wypłaszczanie ruchu turystycznego.

## Rozwój Karty Turysty

**Główny wskaźnik:** 17 000 sprzedanych pakietów w 2024 roku  
**Zakładana realizacja:** 17 086 sprzedanych pakietów (100% realizacji celu)

### Wskaźniki wspierające:

#### Przychód z tytułu sprzedaży Karty Turysty cel: 800 000 zł

- Realizacja 898 499 zł (112% realizacji celu)

#### dotychczasowe 4 punkty dystrybucji

- 100% realizacji celu

#### 500 000 odsłon strony internetowej Karty Turysty

- 515 011 odsłon (103% realizacji celu)

#### 17 000 bezpłatnych wejść w ramach Karty Turysty

- 16 969 bezpłatnych wejść z KT (99,82% realizacji celu)

#### 1 000 skorzystań ze zniżki w ramach Karty Turysty

- 54,70% realizacji celu obserwowane jest przeniesienie uwagi turystów na bezpłatne wejścia z Kartą kosztem korzystania ze zniżek.

#### Wzrost wpływów ze sprzedaży kanałem on-line o 15% w stosunku do roku 2023

- realizacja do 18.11.2024 - wzrost o 21% w stosunku do analogicznego okresu w 2023 roku

### Prace rozwojowe:

- Smaki Gdańska w Karcie Turysty - dalszy rozwój pakietów kulinarnych, poszerzenie oferty- sześć nowych restauracji w projekcie (Piwnica Rajców, Pomelo Bisto, Fishmarkt, Pobite Gary, Mielżyński, Maniera)
- Rozwój aplikacji mobilnej - dodatkowe ścieżki spacerów w aplikacji mobilnej, przewodnik po Jarmarkach, dodanie modułu zgłoszeń oraz konfiguracja narzędzia do zbierania opinii o produkcie
- Udział w grupie roboczej City Cards Experts Meeting
- Promowanie turystyki zrównoważonej poprzez ograniczanie produkcji plastikowych nośników i wprowadzanie już użytych do ponownego obiegu, zachęcanie do korzystania z aplikacji mobilnej
- Zmiana szablonu strony internetowej
- Dodanie do strony Karty Turysty kalendarza wydarzeń



## Rozwój Sprzedaży

### Działania rozwojowe:

- Strategia sprzedaży obejmująca wszystkie kanały sprzedaży
- Strategia zakupowa zgodna ze strategią zrównoważonego rozwoju organizacji
- Badanie potencjału punktów sprzedażowych realizowane we współpracy z GARG

do 18 listopada 2024 roku

- sprzedaż produktów osiągnęła poziom : 2 042 943 pln brutto, średnia marża 47%
- sprzedaż produktów na E-sklepie osiągnęła poziom: 68 421 pln brutto.

### Nowości:

- Linia produktów spożywczych - zestaw herbat o smakach nawiązujących do "Smaków Gdańska" oraz kawy, czekolada mleczna i ciemna z motywem Neptuna i Żurawia
- Linia dla dzieci - koszulki z dźwigami w gamie kolorów, skarpetki stopki w gamie kolorów identycznych do bluz z dźwigami, skarpetki długie z motywem dźwigów
- Gry planszowe - „Moje ZOO”, „Hansa Guilds”



Rozwój sprzedaży też temat, na którym nam mocno zależy z prostej przyczyny. Na ostatnim posiedzeniu komisji mówiłem o kwestiach planowania budżetowego zależy nam na tym, żeby rozwijać sprzedaż i tą kwestię związaną z działalnością gospodarczą, aby GOT nie był jako organizacja czy jako funkcjonujące obciążenie składkowe czyli składkę czy gminy czy pozostałych członków realizujemy i wykorzystujemy na działania statutowe, a utrzymujemy organizację z działań komercyjnych.

### Kampania GDAŃSK Autentycznie.

- rozciągnięcie sezonu turystycznego poza miesiące wakacyjne
- przeniesienie ruchu turystycznego poza obszary najbardziej oblegane w sezonie letnim, ze szczególnym uwzględnieniem natury
- komunikacja oparta o turystykę zrównoważoną i dostępną oraz turystykę kulinarną
- promocja filmu Gdańsk Autentycznie (łącznie ponad 4.5 mln wyświetleń)
- kampania Social Media z wykorzystaniem sesji zdjęciowej
- influencer marketing
- Współpraca z dziennikarzami branżowymi - krajowymi i zagranicznymi
- reklama outdoorowa w Krakowie, Warszawie, Poznaniu, Łodzi oraz Wrocławiu
- promocja miasta przy okazji wydarzeń
- nagroda Cannes Corporate Media & TV Awards 2024!



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com

Działania promocyjne kampania Gdańsk Autentycznie, która odbiła się bardzo szerokim echem nie tylko w Polsce. Na festiwalu filmowym w Cannes w tej części korporacyjnej nasz film i nasza kampania została wyróżniona fajnym czarnym delfinem, czyli czarny koń, czarny delfin, więc też pokazuje to, że nie tylko sam content, ale też podejście z punktu widzenia realizacji jest bardzo profesjonalne. Z drugiej strony jest to pierwsza kampania w Polsce, która bazuje na autentyczności i na tym jak jest, czyli, że u nas pada deszcz, że wieje wiatr, że nie zawsze świeci słońce, ale, że mimo tego warto do nas przyjechać, nie ma złej pogody są źle ubrani ludzie i dokładnie w tym kierunku idziemy. Nie wiem, czy

państwo mieliście okazję widzieć ten film. Dlaczego dłuższy moment skupiam się na tej kampanii? Ten nurt będziemy kontynuować, czyli mówimy o naturze, mówimy o ludziach, mówimy o wydarzeniach i o połączeniu tak naprawdę historii, więc też mocno będziemy nasze działania koncentrować na tym, żeby pokazywać Gdańsk poza okresem letnim, który jest takim naturalnym, ale żeby ten przysłowiowy sezon spłaszczać i rozciągać go na inne miesiące. Dokładnie to robiliśmy w tym roku chociażby wspierając Inside Seaside czyli wydarzenie, które w listopadzie pozwoliło nam na zwiększenie obłożeń w hotelach do ok 80% co z punktu widzenia tych miesięcy i pory roku jest nie bez znaczenia dla branży.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Przepraszam, że wchodzę w słowo, ale jaki jest dotychczasowy poziom obłożeń w listopadzie?

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Mniej więcej listopad to jest 50-55%. Mniej więcej to jest to. Później okres jarmarku znowu mamy ten pik, więc im więcej rzeczy rozciągamy w tym okresie jesiennym tym nam jest prościej prowadzić też działania promocyjne i zachęcanie do przyjeżdżania. Z drugiej strony te projekty, o których mówiłem czyli Gdańska Karta Mieszkańca i Karta Turysty pozwala na bezpośrednią sprzedaż i remarketing też do gości, którzy już tu byli.



## Działania promocyjne

### Inside Seaside - partner główny wydarzenia

- jedna z trzech scen o nazwie "Scena Gdańsk",
- zniżki z Kartą Mieszkańca oraz Kartą Turysty dla kupujących bilety na festiwal,
- wspólna kampania outdoorowa promująca muzykę Gdańsk oraz kalendarz wydarzeń,
- współpraca z influencerami promującymi event oraz ich pomysły na spędzenie wolnego czasu w Gdańsku podczas pobytu na festiwalu - współdzielone rolki na IG,
- dystrybucja materiałów promocyjnych Visit Gdańsk na terenie festiwalu,
- oferta promocyjna na hotele dla gości Inside Seaside,
- promocja subbrandów GOT Karta Turysty, Gdańska Karta Mieszkańca, Smaki Gdańska, System Treevent oraz [www.sklep.visitgdansk.com](http://www.sklep.visitgdansk.com) na social mediach festiwalu,
- logotypy partnera głównego na materiałach promocyjnych festiwalu,
- stoisko sprzedażowe na festiwalu promujące Gdańsk.



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
[www.visitgdansk.com](http://www.visitgdansk.com)

[got@visitgdansk.com](mailto:got@visitgdansk.com)

Jarmark Bożonarodzeniowy o tym już ostatnio sporo państwo słyszeli, ale wspólnymi działaniami z MTG, z innymi podmiotami wygraliśmy świetny konkurs. Już więcej, tak jak powiedział pan prezes Bojanowski nie będziemy tam startować.

## Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji

Właśnie miałem ostatnio dyskusję na ten temat z pana prezesa odpowiednikiem z Sopotu. Czy udział w tym jest płatny?

## Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej

W tym konkursie? Tam jest entrance fee, ale to jest na poziomie 1000 Euro, czyli żeby wyrobić taką wstępną... co do kwoty nie jestem pewien, ale nie są to olbrzymie pieniądze, natomiast rozmawialiśmy na ten temat z organizatorami i chodzi o zrobienie tego pierwszego sita, czyli żeby nie było przysłowiowej Koziej Wólki, która nie ma nic do zaoferowania, a żeby zgłaszały się podmioty, które rzeczywiście już coś reprezentują. Sama reprezentacja Praga, Wiedeń pokazuje, że to grono jest zacne. Druga rzecz jest ciekawa to jest to o czym mówił pan prezes Bojanowski też samo głosowanie nie można tego zautomatyzować ze względu na zmianę kafelków, które się za każdym logowaniem zmieniają. Więc naprawdę ciekawy temat.

## Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji

Panie prezesie są pytania w temacie, więc może taką formę przyjmujemy.



### Działania promocyjne

#### Jarmark Bożonarodzeniowy oraz konkurs "Best Christmas Market 2024"

- publikacje zachęcające do głosowania i kampanie reklamowe w mediach społecznościowych
- mailing z wykorzystaniem bazy GKM i Karty Turysty
- mailing z partnerami i członkami GOT
- mailing z oddziałami ROT, LOT i ZOPOT
- mailing z ponad 90 ośrodkami Polonii m.in. USA, Wielka Brytania, Niemcy, Norwegia
- przesłanie informacji o udziale w konkursie do influencerów lokalnych i zagranicznych
- wizyty studyjne podczas Jarmarku Bożonarodzeniowego



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com

## Radna Beata Jankowiak – członek komisji

Samo przystąpienie nie kosztowało wiele, ale koszty promocji zakładam, że to jest też rozłożone na MTG.

## Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej

My robiliśmy to w ramach naszego budżetu wcześniejszego i tutaj nie było żadnych dodatkowych działań. Rozkładamy nasze działania promocyjne w ciągu roku bazując o

kotwice promocyjne, czyli tutaj jarmark i sam konkurs był swego rodzaju działaniami promocyjnymi, czyli z jednej strony bardzo organicznie naszych użytkowników czyli przez Kartę Mieszkańca, Kartę Turysty zachęcaliśmy do tego, żeby głosowali na jarmark co jednocześnie było promocją samego jarmarku, bo pokazywaliśmy dlaczego warto na niego głosować, więc ciężko mi się wypowiedzieć na temat budżetu MTG samego. Natomiast my zrobiliśmy to w naszym podstawowym budżecie, w którym działamy i w ramach naszych kampanii promocyjnych.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Bo widziałam reklamę w Pendolino. Pytanie czy to z waszej strony?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To akurat my, ale Pendolino to jest taki ciekawy przypadek, bo w pociągach do Warszawy czy z Warszawy nie mówimy przyjeżdż nad morze, bo tak jakby nie o to chodzi, bo ludzie i tak już siedzą w tym pociągu i jadą w tym kierunku, z drugiej strony w tym przypadku akurat chodziło o to, żeby zagłosowali na jarmark z jednej strony pokazując, że jak już jedziesz biznesowo np. z Warszawy do Gdańska, bo dzisiaj jest coraz częstsze i w druga stronę to też możesz zostać na trochę dłużej, bo jest po co.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Taka uwaga, że reklama jeszcze była o głosowaniu po głosowaniu, ale zakładam, że to był cykl.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tam był cykl czasowy jeżeli chodzi o samą dostępność.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Mam jeszcze jedno pytanie dotyczące tego głosowania, bo wydaje mi się, że rozumiem intencję, że nie chcemy już startować po raz kolejny, ale chciałem dopytać jeszcze o to jakie jest stanowisko i dlaczego takie, a nie inne.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Mogę troszkę bardziej się dołączyć do tego, bo to oczywiście gdzieś tam kwestia strategiczna, czasami warto zejść ze sceny niepokonanym i będąc trzecim, drugim, pierwszym miejscem i widząc też jak ten konkurs dzisiaj nam poszedł, a z drugiej strony też ile wysiłku w to włożyliśmy będziemy szukali na pewno innych kotwic promocyjnych trochę będąc na tym piedestale sukcesu i nie dając sobie już tego buforu ryzyka, że a nóż widelec można by już nie wygrać, więc idąc trochę tym nurtem absolutnie już jesteśmy za tym, żeby już akurat w tym konkursie udziału nie brać. Pamiętajmy, że jest jeszcze

European Best Destinations, który miała Warszawa, która wygrała, ale to już chodzi o destynację całościową turystyczną tutaj się zastanawiamy, natomiast też dobieramy tego typu udział w różnego rodzaju konkursach czy tak to nazywam konkursy piękności z punktu widzenia tego co się dzieje. Mamy w tym roku 2025 Prezydencję w Unii Europejskiej. Mamy Velo City, więc jest tych kotwic promocyjnych relatywnie dużo i żeby tego tematu nie przepalić będziemy nad European Best Destinations zastanawiać się na 2026 r. Tak też rekomendujemy, żeby tej kłęski urodzaju nie było za dużo i żebyśmy też się za mocno nie rozdrabniali. Z drugiej strony mając z tyłu głowy, że idziemy tym nurtem Gdańska Autentycznie czyli pory roku, ludzie, wydarzenia i żeby też trzymać pewien balans i proporcje.

### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Myślę, że bardzo rozsądne jest to, że nie będziemy startowali, bo teraz powinniśmy bazować na tym wygranym konkursie i to jest szansa na 2-3 lata wykorzystać tą zdobycz.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Dzisiaj mamy efekt trochę miesiąca miodowego.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jeszcze jedna rzecz, rozumiem, że mamy prawa na podstawie regulaminu konkursu, żeby korzystać z tej marki przez ileś tam lat.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak. Jeżeli chodzi dalszy temat związany z działaniami promocyjnymi, ale jest to też taka kwestia bym powiedział bardziej pragmatyczna, mówimy o kwestii dostępności, projekt audytu dostępności, który wdrożyliśmy w tym roku. Nie lubię słowa audyt, ale to ma dużo szersze znaczenie niż jeden z efektów ta karta komunikacji i zaraz dosłownie w dwóch słowach powiem jakie jest nasze podejście. Dzisiaj zatrudniamy na zasadzie takiej projektowej 14 osób z różnego rodzaju niepełnosprawnościami, żeby zbadać ścieżkę klienta od domu czy do danej instytucji czy na dane wydarzenie. Też to o czym mówił pan dyrektor Koniuszewski też zrobiliśmy w tym roku projekt przebadania plaż z punktu widzenia niepełnosprawności ruchowej, wzroku, słuchu, bo pamiętajmy, że osoby z niepełnosprawnością to nie tylko osoby na wózkach, bo to stanowi 7% tak naprawdę ogółu osób z niepełnosprawnościami, natomiast wychodzą z tego naprawdę niesamowite rzeczy, że 80% zmiany możemy zrobić za 20% kosztów, i że często wystarczy chcieć i wiedzieć co, a niekoniecznie musi to być kosztem czy nie trzeba budować kolejnej windy, żeby obsłużyć osobę na wózku, a wystarczy czasami zrobić drobną zmianę. Takim efektem, o którym mocno mówimy, bo on jest taki najmocniejszy wizualnie i taki praktyczny to jest karta komunikacji wypracowane przez osoby głuche, czyli jest to

niepełnosprawność, której nie widać. Jeżeli mówimy o instytucjach kultury, o restauracjach, innych podmiotach, które świadczą usługi to pierwsze co robimy jak ktoś do nas przychodzi to nasz personel wita, mówi dzień dobry itd. i ktoś musi nam pokazać, że nie słyszy, więc to jest taki pierwszy moment niezręczności zarówno dla osoby głuchej jak i dla obsługi, więc mamy kartę komunikacji, która składa się z piktogramów nawiązujących do danej usługi, która pozwala od razu pokazać pewne rzeczy po co przyszedłem, dlaczego przyszedłem i czego potrzebuję i też nie wymaga od usługodawcy, żeby nagle uczyć personelu języka migowego. W Polsce mamy jedyne trzy oficjalne języki migowe i one są w ogóle nieprzetłumaczalne na żaden inny język, więc efektem ubocznym, który ja pokazuję jako taki zwizualizowanie tego, że dostępność nie jest tylko dla osób z niepełnosprawnościami, bo dzięki temu możemy obsłużyć każdego, kto nie mówi po angielsku, po polsku bądź w żadnym innym znanym nam języku, a tych gości jest coraz więcej.



## Działania promocyjne

### Audyty Dostępności

- przygotowanie podstrony o audytach dostępności i kartach komunikacji na stronie Visit Gdansk
- przygotowanie i promocja filmu reportażowego dotyczącego audytów dostępności
- przygotowanie filmu instruktażowego dla kart komunikacji



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com

### **Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Kto dostaje te karty? Czy ratownicy też mają te karty? Czy bardziej jeżeli ktoś przychodzi do was z niepełnosprawnością otrzymuje?

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak naprawdę te karty są... jest pewna baza, a jest dostosowywane do usługodawcy. Jeżeli mamy hotelarza to ona jest dostosowywana do hotelu. Jeżeli mówimy tutaj o GOS-ie to jest dostosowywana do obsługi basenów i kąpielisk, więc tak naprawdę dostosowujemy ją pod konkretną usługę, bo inne potrzeby są w restauracji, inne w hotelu. Mając bazę to jest

już naprawdę kosmetyka. To jest dostosowywanie do jakiś takich niuansów, które występują.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Jak macie dostosowaną to GOS to dostaje w formie papierowej już?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak. To jest kartka A4, którą można wydrukować, więc w formie PDF i każdy sobie dostosowuje do swoich potrzeb.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Chciałem zapytać o skalę tego problemu. Oczywiście ja się w 100% zgadzam z tym kierunkiem, że powinniśmy być maksymalnie dostępni cyfrowo i w przestrzeni, ale czy państwo macie to jakoś zbadane? Czy raczej to jest produkt skierowany do turystów? Czy to jest też dla mieszkańców? Jaka jest skala tych osób?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Mamy to bardzo dobrze zbadane. Zaczęło się od tego, bo pan radny może nie wiedzieć, ale prywatnie jestem szczęśliwym tatą dziecka z niepełnosprawnością na wózku, więc motywacja była wewnętrzna dosyć mocna, natomiast 15% światowej populacji to osoby z certyfikowaną niepełnosprawnością, z czego 7% stanowią osoby na wózku, a z tych 15% ok 20% są to osoby niezdolne do samodzielnej egzystencji. To jest pierwsza rzecz. W samym Gdańsku osoby z orzeczeniami to jest prawie 82 000 osób. Mówimy tutaj nie o osobach zamieszkałych tylko w Gdańsku, ale o orzeczeniach wydanych przez Zespół ds. Orzekania o Niepełnosprawności. Natomiast mówimy tutaj o tym, że dostępność jest dla nas wszystkich. Też podaję bardzo dobry przykład. Jadąc na wakacje z dwójką dzieci z dwoma walizkami ręka do góry kto używa schodów? Nikt. Jak jesteśmy w hotelu to jak ktoś mieszka na 4 piętrze często nawet nie wiemy gdzie jest klatka schodowa, używamy windy. Więc tak naprawdę ta dostępność, o której mówimy to nie jest ta grupa docelowa, którą tu widzimy, tylko jesteśmy my wszyscy i zachęcamy do tego przede wszystkim, żeby podchodzić z punktu widzenia CSR-u jakiegokolwiek, rodzinie mam z tym styczność, ale zniechęcam, żeby mówić, że nam trzeba w jakikolwiek sposób pomóc, a bardziej patrzemy rozmawiając z biznesem pod kątem utraconego biznesu, bo po pierwsze osoby z niepełnosprawnością patrząc na przykład pod kątem restauracji jest to grupa docelowa, która nigdy nie wychodzi sama, która najczęściej poleca, która najczęściej wraca tam, gdzie rzeczywiście może być obsłużona, bo niestety to jest jednak jeszcze nie takie oczywiste, że wszędzie, więc patrząc z perspektywy biznesowej i samolubnej, bo niestety młodszy się nie robimy, a też patrzemy pod kątem takim, że możemy złamać nogę, zerwać ścięgno itd., że jesteśmy czasowo osobami z niepełnosprawnościami czy też ze

szczególnymi potrzebami, aczkolwiek zniechęcam do tego, bo potrzeby wszyscy mamy takie same, więc można powiedzieć, że to jest tylko i wyłącznie dla nas.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jest wielu seniorów.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Mamy seniorów, mamy z dziećmi, mamy młode mamy, które są z wózkami, z małym dzieciakiem w wózkach, itd., to naprawdę można powieść dla kogo to jest, więc ta grupa docelowa certyfikowana i tak jest niemała, a tak naprawdę mówimy o tym, że to jest dla nas wszystkich, tym bardziej, że jako destynacja jesteśmy kojarzeni cały czas z tą sezonowością, z okresem letnim i to widzimy też po obłążeniach i często rozmawiając z branżą mówimy, że ok że teraz trzeba coś zrobić, bo tych ludzi jest teraz mniej, a mamy grupę docelową, która de facto jest, a często nie może mimo tego, że chce wydać pieniądze to nie może bo nie ma jak.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

To jest też w działaniach promocyjnych wpisane. Czy państwo planujecie coś na wzór kampanii promocyjnej, nie po to, żeby się pochwalić, tylko, żeby może bardziej zachęcić osoby, żeby odwiedzały Gdańsk.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak. Zresztą to jest częścią kampanii Gdańsk Autentycznie też, cały temat związany z dostępnością. Pokazujemy to w praktyce przede wszystkim też, a właściwie to mamy tu dwa nurty. Jeden nurt to jest dojście i dotarcie do odbiorców, ale też szczerze mówienie i często jestem za to krytykowany, bo ja osobiście uważam, że my jako miasto, jako Polska nie jesteśmy dostępni. Możemy mówić, że w pewnych aspektach pracujemy nad tym, ale dzisiaj nie jesteśmy dostępni z różnych względów i mówię tutaj o tej dostępności nie przez pryzmat podjazdów, windy, tylko przez pryzmat podejścia. Dzisiaj ja swojego 16-letniego syna samego komunikacją miejską do Głównego Miasta bym się bał puścić, albo do szkoły, z różnych względów. Nie mówię o tym, że w autokarze, autobusie nie ma podjazdu, czy nie jest to przygotowane, bo jest, ale z punktu widzenia podejścia, obsługi czy też ludzi nas jako społeczeństwa to nie do końca, więc temat rzeka. Mogę o tym mówić długo, ale jest to bardzo ważny aspekt, gdyż tak jak mówię z punktu widzenia biznesowego, przeciwdziałania tej sezonowości i tak naprawdę czysto ludzkiego podejścia, bo to jest w tym wszystkim najważniejsze.

### Smaki Gdańska

- umieszczenie Gdańska na mapie kulinarnej świata
- działania edukacyjne budujące świadomość na temat turystyki kulinarnej zrównoważonej
- promowanie lokalnych produktów, restauracji oraz szefów kuchni
- publikacja filmów promocyjnych z ambasadorem projektu - Wojciechem Modestem Amaro
- nagranie oraz publikacja vlogów z wizyt Modesta Amaro w Gdańsku na tematy związane z gdańską kuchnią
- zorganizowanie wywiadów z ambasadorem projektu, m.in. kanał YT Imponderabilia Karol Paćiorek
- reklama outdoorowa, m.in. słupy reklamowe z reklamą Smaków Gdańska
- reklama w środkach komunikacji miejskiej - na ekranach oraz w formie plakatów
- współpraca z lokalnymi kucharzami
- cykl publikacji na Facebooku VisitGdansk i GKM artykułów-ciekawostek związanych z dawną gdańską kuchnią
- regularne umieszczanie ciekawostek "Smaków Gdańska" w newsletterze GKM
- przeprowadzenie kampanii płatnej na Google Ads oraz Social Media
- współpraca z influencerami na platformie IG
- Promowanie projektu na eventach, m.in. NTT, Jarmark Dominikański, Jarmark Bożonarodzeniowy
- Utrzymanie całorocznego pakietu Smaki Gdańska w Karcie Turysty oraz w Gdańskiej Karcie Mieszkańca



Działania w oparciu o kolejny projekt czyli Smaki Gdańska. Idziemy w tematy cały czas takiego zrównoważonego rozwoju wzmocnienia lokalności, wzbogacenia tego produktu naszego kulinaria. Zaraz powiem o projekcie Michelin, który prowadzimy. Natomiast Smaki Gdańska też jest to projekt, który mocno nam się rozwija. Dzisiaj współpracujemy z 11 restauratorami, natomiast jest to pierwszy projekt na arenie światowej, który jest kulinarny i nie polega tylko na rekomendacji na przewodniku czy na wskazaniu pewnych preferencji, ale mamy pakiet w Karcie Turysty Smaków Gdańska, który można kupić i skorzystać z jednej z 11 restauracji w ramach tego pakietu już Karty Turysty, więc już bez dodatkowych opłat. To co ważne jest to też projekt, który my rozwijaliśmy zarówno z MTG, z Muzeum Gdańska. Bazujemy na XIX wiecznej książce kucharskiej, zweryfikowano też jakościowo. Naszą twarzą w początkowej fazie tego projektu był Wojciech Modest Amaro też z prostej przyczyny. Dla przysłowiowego Kowalskiego kulinaria, szef kuchni to Magda Gesler, Robert Makłowicz i Wojciech Modest Amaro. Mówię o Kowalskich. A dlaczego tak mówię? Mówię jaka jest percepcja ludzi. Dzisiaj szukając tak naprawdę tego co by nam łączyło kwestie jakości, ale też rozpoznawalności marki to szanowny pan Wojciech najbardziej nam przypasował. Dzisiaj będziemy chcieli iść bardziej w kierunku lokalnych szefów kuchni, których są też już rozpoznawalni z punktu widzenia chociażby też czy przewodnika Michelin czy innych projektów gastronomicznych, więc gastronomia będzie cały czas tym mocnym punktem promocyjnym na działania w przyszłym roku i w tym roku też mocno się na tym skupiamy również.

### Radny Karol Ważny – członek komisji

Ile mamy punktów w przewodniku Michelin?

## Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej

Ogólnie rekomendacji województwo pomorskie to jest chyba 19, Gdańsk to jest 11. Jeżeli chodzi o start i pierwszy rok w Michelin to pomorskie ma najlepszy wynik w historii Michelin. Nigdy destynacja, która wchodziła do przewodnika nie miała tylu ...

## Radny Karol Ważny – członek komisji

Czyli to był pierwszy rok?

## Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej

Pierwszy rok 2024 i pierwsza w Polsce zielona gwiazdka restauracja Elixir, czyli też nurt zrównoważonego rozwoju, dlatego też mocno szliśmy już od dłuższego czasu w tym kierunku, ale też gastronomia zaczyna mocno skręcać w ten temat zrównoważonego rozwoju, dostępności, więc to są też nasze takie koniki, którymi będziemy grać. Z drugiej strony jest to temat cały czas niszowy na arenie Polski. Myślę, że jesteśmy pierwszym w ogóle miastem, które tak na poważnie zaczyna się tym zajmować z punktu widzenia też promocji jako destynacja turystyczna.



## Działania promocyjne

### Przewodnik Michelin

- podstrona Przewodnik Michelin na stronie Visit Gdansk
- kampania na mediach społecznościowych
- influencer marketing
- sesja zdjęciowa szefów kuchni wyróżnionych restauracji
- kampania outdoorowa z szefami kuchni, we współpracy z AMS: Kraków, Warszawa, Poznań, Wrocław, Łódź
- koordynacja wizyty ekipy programu Pytanie na Śniadanie, wywiady z szefami kuchni w Gdańsku, w programie na żywo
- promocja cyklu Star Hunters - kolacji restauracji Eliksir, wyróżnionej Zieloną Gwiazdką Michelin
- przygotowanie materiału wideo z Gali Wręczenia Wyróżnień Michelin w Olivia Business



ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com

Gdańsk Convention Bureau jako jeden z naszych celów była również kontynuacja tego wydłużania sezonu turystycznego. To są działania skierowane do organizatorów konferencji i kongresów. Tutaj też nie wiem, czy państwo wiecie, żeby przyjechał do nas taki Europejski Kongres Nadciśnienia Tętniczego, które będzie u nas w 2026 roku to też jest „konkurs piękności”, w którym trzeba wystartować. Jest wiele destynacji, które tego typu wydarzenia u siebie by chciało, więc naszym zadaniem jest po pierwsze pokazywanie i organizowanie wizyt studyjnych, żeby pokazać jak w rzeczywistości nasze miasto i nasz

potencjał kongresowy wygląda. Czwarta hala MTG jest bardzo potrzebna. Też nie jest to dla nas prosty rynek z prostej przyczyny, wydarzenie takie jak kongres na 2500 osób o tyle, o ile miejsce konferencyjne jest relatywnie proste to już baza noclegowa to oferta musi składać się z ok 24 ofert hotelowych, więc musimy to też zebrać w całość, mieć konkretne oferty cenowe itd.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

To jest trudne ze względu na to, że mamy takich bardziej rozproszonych turystów, którzy zajmują te miejsca noclegowe, czy po prostu brakuje bazy noclegowej cały czas?

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To jest połączenie dwóch aspektów. Nie powiedziałbym, że brakuje bazy noclegowej, ale hotel to jest ok 360 pokoi największy potencjał, który mamy, zaraz będzie 530, tak czy inaczej po pierwsze już sam hotel nie starcza na tego typu format, a po drugie operator hotelu nigdy nie da nam 100% swojej dostępności, bo jednak jesteśmy destynacją turystyczną, więc średnio jeżeli dostajemy więcej jak 30% dostępności pokoi to jest naprawdę już dobrze. Więc stąd to rozproszenie. Natomiast z drugiej strony patrząc na całość ruchu turystycznego też absolutnie hotel z 1500 pokojami mijałby się z celem, więc też musimy bardzo rozważnie działać i działamy w ten sposób, że wiemy, że od tak naprawdę połowy maja do połowy września mamy bardzo ograniczone możliwości ubiegania się o wydarzenia biznesowe. Potem znowu trudność się pojawia w okolicach grudnia z punktu widzenia też działań, więc to o czym mówiłem wcześniej z jednej strony ubieganie się o wydarzenia biznesowe musi być skorelowane z naszymi działaniami promocyjnymi o inne kotwice promocyjne, więc my też czy jarmark, czy Inside Seaside fajnie, że mamy listopad, grudzień, ale już zostawiamy październik jako przestrzeń dla tego działania biznesowego, więc mocno to ze sobą zgrywamy i też dlatego to jest też w naszych rękach, żebyśmy mogli się tym zajmować w sposób taki przemyślany.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Który turysta jest dla nas korzystniejszy. Rozumiem, że MTG korzysta też w dużej mierze z organizacji. Patrząc z perspektywy portfela ile na dobę zostawia przeciętny turysta to więcej taki biznesowy czy właśnie rekreacyjny?

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Powiem to zależy. To nie bez kozery tak powiem, bo po pierwsze też jest inny koszt pozyskania takiego turysty. To też musimy o tym pamiętać. Po drugie mocno pracujemy nad tym, żeby turysta biznesowy konwertował na turystę indywidualnego, czyli jeżeli ktoś przyjeżdża na konferencję chcemy go zachęcić do tego, żeby wrócił tu z rodziną. Zero jedyńkowo patrząc turysta biznesowy jest dużo bardziej przychodowy. Z punktu widzenia

po pierwsze, że przyjeżdża tutaj na zaproszenie i ktoś płaci za salę konferencyjną, ktoś płaci już za kolację i tego typu rzeczy, więc tak naprawdę wliczając to jest to dużo lepsze dla nas. Indywidualnie też jest to wydatek rządu w zależności od branży, ale od 800 Euro na osobę.



## Wskaźniki Organizacji

### Wzrost znaczenia GCB

**Główny wskaźnik: Organizacja Let's Meet 2024 w nowej odsłonie  
100% realizacji celu**

- 27-29.05.2024 / Let's Meet edycja wiosenna 15 podmiotów, z Austrii, Belgii, Danii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Norwegii, Węgier i Wielkiej Brytanii.
- 19-21.08.2024 / Let's Meet edycja letnia 9 podmiotów, z Holandii, Niemiec i Wielkiej Brytanii.

#### Wskaźniki wspierające:

**Pozyskanie 24 HB na wydarzenie Let's Meet 2024  
(100 % realizacji celu)**

**Realizacja szkoleń dot. turystyki zrównoważonej dla branży i pracowników Visit Gdańsk (100 % realizacji celu)**

- 11.06.2024 roku GOT wraz z Fundacją dla Edukacji Ekologicznej (FDEE) szkolenie online dla hoteli odnośnie certyfikatu Green Key.
- 09.09.2024 roku GOT warsztat facylitowany dla branży gastronomicznej prowadzony przez Agnieszkę Mróz (Missing dot).

**Turystyka zrównoważona: wzrost punktowy w rankingu GDS  
Index (100 % realizacji celu)**

- Rok 2023 - 28,65 pkt. na 100 możliwych, co dało nam 95. miejsce.
- Rok 2024 - 45,40 pkt. na 100 możliwych, co dało nam 79. miejsce.

Nominacja do GDS-Movement Most Improved Destination Award!

za największy skok punktowy wśród destynacji w skali roku.

ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com



## Badania i analiza danych

**W 2024 roku zrealizowano następujące projekty badawcze**

#### Badanie wielkości i struktury ruchu turystycznego

- Ruch turystyczny w Gdańsku w 2023 roku (infografika)
- Szacunek wielkości ruchu latem 2024
- Analiza danych o zachowaniach turystów z badań ankietowych
- Obłożenie miejsc noclegowych, wielkość bazy noclegowej
- Szacunek liczby noclegów w Gdańsku (dla Urzędu Miejskiego)
- Goście zagraniczni w Gdańsku (dla WizzAir - dokument w przygotowaniu)
- Frekwencja w atrakcjach turystycznych (dla GARG)
- Rynek spotkań w Gdańsku i woj. pomorskim w 2023 roku

#### Impakt turystyki i turystyka zrównoważona

- Opinie mieszkańców Gdańska na temat turystyki. Impakt społeczny turystyki (2 pomiary)
- Targi TRAKO 2023. Próba oszacowania wpływu targów na branżę turystyczną w Trójmieście
- Impakt ekonomiczny Mystic Festival 2024. Szacunek wydatków uczestników na noclegi i gastronomię
- Impakt ekonomiczny festiwalu Inside Seaside (w przygotowaniu)
- Kierunki rozwoju turystyki zrównoważonej w Gdańsku. Opinie branży turystycznej i mieszkańców - maj 2024

#### Dostępność oferty dla osób ze specjalnymi potrzebami

- Podnoszenie kompetencji osób obsługujących ruch turystyczny w zakresie jakości obsługi klienta, w tym osób z niepełnosprawnością (projekt dofinansowywany ze środków Ministerstwa Sportu i Turystyki)
- Audyty dostępności obiektów
- Przygotowanie i wdrażanie Karty komunikacji

#### Ocena działań organizowanych przez GOT

- Nowe Trendy w Turystyce 2024. Opinie i oceny uczestników konferencji
- Let's Meet. Podsumowanie wizyt studyjnych
- Ocena projektu Gdańskiej Karty Mieszkańca. Badanie opinii posiadaczy - grudzień 2023
- Konkurs GKM podczas Jarmarku św. Dominika. Opinie uczestników
- Badania tajnego klienta w punktach obsługi GOT
- Ocena szkoleń dla pracowników GOT

#### Pozostałe

- Wizerunek Gdańska jako destynacji turystycznej
- Jarmark św. Dominika i Jarmark Bożonarodzeniowy. Poziom znajomości i oceny marek
- Wielkość i kondycja branży turystycznej na podstawie danych ZUS

ul. Uczniowska 22, 80-530 Gdańsk

tel. +48 58 305 70 80  
www.visitgdansk.com

got@visitgdansk.com

- **Smaki Gdańska w Karcie Turysty - dalszy rozwój pakietów kulinarnych, poszerzenie oferty**- sześć nowych restauracji w projekcie (Piwnica Rajców, Pomelo Bisto, Fishmarkt, Pobite Gary, Mielżyński, Maniera), działania mające na celu stworzenie nowego modelu sprzedaży potraw w ramach Smaków Gdańska- dobieranie potraw do zakupionych pakietów
- **Rozwój aplikacji mobilnej - dodatkowe ścieżki spacerów w aplikacji mobilnej**, na bazie modułu spacerowego stworzonego dzięki dofinansowaniu z Ministerstwa Sportu i Turystyki- przewodnik po Jarmarku Dominikańskim oraz po Jarmarku Bożonarodzeniowym
- **Rozwój aplikacji mobilnej - dodanie modułu zgłoszeń** oraz konfiguracja narzędzia do zbierania opinii o produkcie
- **Udział w grupie roboczej City Cards Experts Meeting**
- Promowanie turystyki zrównoważonej poprzez **ograniczenie produkcji plastikowych nośników i wprowadzanie już użytych do ponownego obiegu, zachęcanie do korzystania z aplikacji mobilnej**
- **Zmiana szablonu strony internetowej**
- **Dodanie do strony Karty Turysty kalendarza wydarzeń**, połączonego z centralnym kalendarzem na stronie [jestemzgdanska.pl](http://jestemzgdanska.pl)



- Przychód z tytułu sprzedaży Karty Turysty (wszystkie pakiety)- cel: **800 000 zł (realizacja 112%)**
- Nowe punkty dystrybucji- cel: **dodatkowe 4 punkty dystrybucji (realizacja 100%)**
- Liczba odsłon strony KT- cel: **500 000 odsłon (realizacja 103%)**
- Liczba wejść bezpłatnych w ramach Karty Turysty- cel: **17 000 wejść (16 969 - realizacja 99,82%)**
- Liczba skorzystań ze zniżki w ramach Karty Turysty- cel: **1 000 skorzystań ze zniżki (realizacja 54,70%)** obserwowane jest przeniesienie uwagi turystów na bezpłatne wejścia z Kartą kosztem korzystania ze zniżek.
- Wzrost wpływów ze sprzedaży kanałem on-line o 15% w stosunku do roku 2023- **realizacja do 18.11.2024- wzrost o 21% w stosunku do analogicznego okresu w 2023 roku**



Z drugiej strony też zaczynamy to liczyć bardzo rzetelnie, czyli wiedząc, że jeżeli przyjeżdża do nas konferencja to mamy też tzw. utracone korzyści, czyli nasz Kowalski czy inny w tym czasie nie może przyjechać, bo nie ma miejsca noclegowego, więc ta wartość netto nam się zmniejsza. Dlatego też ten temat, który teraz jest na tym slajdzie jest dla nas bardzo ważny i rozwijamy cały czas ten temat badań statystycznych z różnych względów, czyli z jednej strony oczywiście chcemy wiedzieć, kto do nas przyjeżdża, na ile przyjeżdża, po co przyjeżdża, jak spędza czas, czy mu się podobało, czy mu się nie podobało, czy mieszkał w hotelu, czy u rodziny, czy przyjechał z namiotem, itd. To są bardzo ważne rzeczy, ale w tym

roku też po raz pierwszy wprowadziliśmy badania makroekonomiczne z punktu widzenia wydarzeń. Pierwsze dwa wydarzenia to był Mystic Festiwal i teraz Inside Seaside i na przyszły rok też będziemy wzmacniać jeszcze tą działkę. To jest ważne, że my nie badamy tylko, że przyjechał gość X i wydał 500, ale tak naprawdę można powiedzieć, że jest to rachunek satelitarny, czyli żeby tu przyjechać to musiał wykupić bilet, musiał wyjść coś zjeść w restauracji, musiał wykupić nocleg. Tak naprawdę chodzi o cały przepływ do lokalnej gospodarki i też badając te utracone korzyści, o których wspomniałem, więc będziemy ten temat rozszerzać i bardzo ważną rzeczą jest też badany impakt społeczny, bo kasa to jest jedna rzecz i oczywiście, żebyśmy mogli racjonalnie prowadzić działania promocyjne, ale też wpływ na mieszkańców jest bardzo ważny i to jest też ta kwestia zrównoważonego rozwoju, że czasami nawet wydarzenia, które mogą opłacać się finansowo mogą mieć dużo większy negatywny wpływ na społeczność lokalną i warto mieć tą wiedzę, żeby móc świadomie podejmować decyzje, więc ten projekt badawczy badania i analiz będziemy jeszcze mocniej rozwijać, ale też te wszystkie produkty, o których wcześniej mówiłem czy Karta Mieszkańca, ale to jest też najlepsze narzędzie badawcze jakie możemy mieć. W tym roku przeprowadziliśmy bodajże 34 różna badania z różnych aspektów pytając mieszkańców o różne rzeczy, ale nigdy nie pytamy wszystkich o wszystko i to jest naszą największą siłą, bo jesteśmy w stanie zapytać konkretnego Kowalskiego mieszkającego w dzielnicy tej i tej w wieku takim i takim, czy o statusie czy to ma być rodzina, czy to ma być singiel itd. o rzeczy, które mogą go dotyczyć, czy jej dotyczyć.

#### **Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

To ja od razu chciałam się zapytać ile procent mniej więcej macie osób, której wysyłacie ankietę założmy 1000 osób to ile?

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

30% średnia ilość osób biorących udział w ankiecie to jest ok 2500.

#### **Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Często to wpada do spamu, przy najmniej u mnie tak jest.

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak. To w zależności też od firewall, które są, ale też przez przypadek może ktoś kiedyś kliknął, że to jest spam i teraz trzeba odspamować. W 70% to jest ten przypadek.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

To mówimy o ankietach mieszkańców, a badanie turystów?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Badanie turystów, nie mam tego slajdu, ale mamy dzisiaj ok 16 źródeł badania, czyli z jednej strony badamy przez Kartę Turysty, robimy badania ankietowe, ale też współpracujemy z telefonią komórkową. Dzisiaj mamy też dane z Mastercard-a jeżeli chodzi o użytkowników kart, więc tych źródeł danych jest dużo w zależności od potrzeby w jakim kierunku chcemy badać też tych różnych źródeł używamy.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Ankietowanie tych turystów w jaki sposób się odbywa? Przez Kartę Mieszkańca?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Nie, też mamy badania fizyczne normalnie w punktach stałych w mieście w okresie i to jest raz na kwartał.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Myśleliście państwo, że jak z hotelu korzystamy czy z innych usług to często po wykonaniu usługi są rozmowy call center, ktoś dzwoni, jakaś wiadomość jest i można w jakiejś ankiecie wziąć udział. Czy coś takiego w ogóle państwo sprawdzaliście?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To robimy przez Kartę Turysty między innymi.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

A tych hotelarzy naszych nie można by było zachęcić, żeby coś zostawiali?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Można, ale dzisiaj nie są to dane, które by nam cokolwiek zmieniły jeżeli chodzi o źródła, które mamy dzisiaj, bo tak naprawdę by trzeba było tą ankietę o wiele bardziej spersonalizować, z punktu widzenia RODO nie jest to też do końca do zrobienia przez hotele i się wcale nie dziwię, bo te dane później muszą być ... znaczy nawet jak je będą mieli to nie zawsze mogą się z nami tym podzielić, tak bym powiedział. Dziękuję za uwagę.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Poruszyłem ten temat na spotkaniu Pomorskiej Organizacji Turystycznej. Chodzi mi o turystów z Bliskiego Wschodu, bo tam była mowa, właśnie pan wspominał, że chyba lotnisko jakieś robi analizę, ale jestem ciekawy czy państwo jakoś się przygotowujecie do tego, bo patrząc na to co się dzieje przede wszystkim w Zakopanem, w Krakowie to widać, że to jest chyba taki atrakcyjny dla nas też kierunek.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Zachęcam do daleko idącej ostrożności jeżeli chodzi o ten kierunek. To jest tak, że po pierwsze mocno patrzymy na ten kierunek zrównoważonego rozwoju komfortu mieszkańców i teraz oczywiście nie chcę źle zabrzmieć, bo jesteśmy miastem wolności i solidarności bardzo otwartym, natomiast widzimy jaki jest efekt uboczny w Krakowie. Był czas, że Kraków bardzo mocno promował się na rynku brytyjskim, przyjeźdź do nas, zorganizuje wieczór kawalerski, bądź wieczór panieński. Dzisiaj 50% restauracji: nie obsługujemy Anglików. Teraz mówimy o takim efekcie, dlatego nie mówię, żeby nie iść w tym kierunku, ale bardzo mocno się temu przyglądamy, żeby też nie wylać dziecka z kąpielą. Po pierwsze tą pojemność tego rynku turystycznego ona jest u nas ograniczona i o tym też musimy pamiętać, więc dzisiaj średnioroczne obłożenie w hotelach to jest ok 60-65%, więc jeżeli patrzymy na średnioroczne obłożenie to ono nam naprawdę idzie bardzo mocno do góry i pamiętajmy, że hotel nigdy nie może mieć średniego obłożenia powyżej 90%, bo musi się remontować, musi robić prace konserwacyjne, itd. Tak naprawdę zbliżając się do tej granicy 90% to możemy powiedzieć, że jesteśmy zapchani pod korek. Po drugie mamy duże zagęszczenie szczególnie w okresie letnim wszystkiego co się dzieje w Głównym Mieście, w Śródmieściu i mocno pracujemy dzisiaj nad tym, żeby mniej zachęcamy czy to też tak komunikujemy, że nie walczymy o to, żeby mieć milion więcej, ale żeby dzisiaj te ponad 4 mln rozproszyć i wtedy dokładać sukcesywnie, do tego Bliski Wschód nam dzisiaj nie jest potrzebny. Po drugie kolejnym takim aspektem linie lotnicze nigdy nie przychodzą za darmo. To jest pierwsza rzecz i to jest też dużo pracy, która musi być wykonana, żeby tego typu podmioty zachęcić. Nie może być to bez współpracy z lotniskiem i oczywiście prezes Kłoskowski też jesteśmy tutaj w bieżącym kontakcie i pracujemy nad tym wspólnie, żeby trochę tą politykę taką strategiczną wypracować na ile chcemy, na ile możemy i na ile warto. I ten trzeci aspekt czyli takiej bliskości kulturowej, którą mamy patrząc na efekt nasz lokalny, a wbrew pozorom też robiliśmy takie badanie, takie troszeczkę delikatnie ukryte pod kątem mieszkańców. Tutaj jest duża obawa jeżeli chodzi o ten rynek, więc im więcej będziemy mieli takiej świadomości i trochę takich wewnętrznych działań związanych z tym rynkiem, zresztą patrząc co się dzieje teraz w Syrii, ta prasa nie jest dobra aż tak, więc ten niestety niepokój on się nie zmniejsza, a wręcz przeciwnie. Ostatni element Zakopane, Kraków, Poznań już trochę zaczynają dreptać w miejscu, wręcz robić trochę kroków w tył, że nie wiedzą czy do końca to jest to.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jakie tam właśnie negatywne efekty były? Takie społeczne bardziej?

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Tak.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Były jakieś akty agresji? Czy w ankietach wyszło, że ludziom się to nie podoba, że przyjeżdżają tacy turyści?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Jest duża zwrotka szczególnie od branży jeżeli chodzi o restauratorów i o hotelarzy, że jednak kobiety w burkach to może nie jest do końca ten kierunek. To jest oczywiście bardzo subiektywne.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

To jest w ocenie innych osób.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Dlatego ja nie mówię teraz z perspektywy takiej, że absolutnie nie, że to nie jest ten kierunek, który chcemy, ale że powinniśmy do tego podchodzić z dużą dozą ostrożności i bardzo świadomie, więc nie rzucałbym się na hura na ten rynek, szczególnie, że mamy duży potencjał do zagospodarowania w innych obszarach, o których tutaj mówiłem, czyli ta turystyka biznesowa, dostępność, zrównoważony rozwój, bo dostępność, też trochę wróć do tego tematu, Unia Europejska to jest ponad 101 mln osób z orzeczeniami o niepełnosprawności. Polska to jest ponad 4 mln osób z orzeczeniami o niepełnosprawności. Jak dodajemy do tego osoby złamana ręka, noga i inne rzeczy czasowe to jest prawie 8 mln osób i to jest ten rynek, który mamy i on jest do wzięcia i fajnie, żebyśmy szli małymi krokami, żebyśmy rzeczywiście, przynajmniej takie to jest i moje osobiste zdanie, ale też zachęcam naszych partnerów, z którymi pracujemy żeby rzeczywiście do tego podchodzić, żeby najpierw to nasze źródło nie tyle, że wyczerpać, ale żeby jak najbardziej zefektywizować ten nasz obieg lokalny, a potem przenieść się dalej, bo też pójdzie dalej pamiętajmy z naszymi budżetami wychodzenie na Stany, na Bliski Wschód to kropla w morzu, z budżetem promocyjnym na dalekie rynki to musielibyśmy mówić już o dziesiątkach milionów, żeby to to było zauważalne w jakikolwiek sposób, więc to też nie jest tanie.

**Radny Karol Ważny – członek komisji**

Samo połączenie lotnicze nie wystarczy?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Zgadza się.

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Czy jakieś pytania jeszcze są?

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

Chciałam się zapytać, bo w Krakowie w tym roku powołano burmistrza nocy. Czy w ogóle u nas ten temat w mieście był poruszany? Czy w ogóle jest taka potrzeba? Czy miasto jest zaopiekowane nocą o tyle, że wszyscy czują się bezpiecznie? Restauratorzy nie narzekają?

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To jest trochę chyba temat podobny do tego co się dzieje z Parkiem Kulturowym. Bardzo blisko pracujemy z urzędnikami z Krakowa i myślę, że śmiało można powiedzieć, że nie jest to temat, który się rozwinie w jakimkolwiek kierunku, więc on jest taki dosyć fajny medialnie na jakimś etapie, ale czy to ma jakiekolwiek przełożenie czy operacyjne, zwiększenie bezpieczeństwa czy zaopiekowanie się to też nie. My też mocno monitorujemy i współpracujemy chociażby z Biurem Bezpieczeństwa i ze Strażą Miejską i z Policją i też trzeba pamiętać, że jak jest okres wakacyjny to to co się dzieje w Śródmieściu to nie tylko turyści bardzo często i to też widzimy. Natomiast z drugiej strony dzisiaj jeżeli chodzi o naszą opinię i uwagę to absolutnie nie widzimy takiego wyzwania, potrzeby. Oczywiście kwestia bezpieczeństwa im bardziej w noc to bez dwóch zdań.

**Radny Piotr Dzik – członek komisji**

W Krakowie to najbardziej Anglicy rozrabiali.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To jest efekt uboczny bardzo dobrej kampanii promocyjnej sprzed lat.

**Radna Beata Jankowiak – członek komisji**

To akurat dobrze, że nie potrzebujemy.

**Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Pewnie są jakieś aspekty, które by przemawiały za, natomiast dzisiaj patrząc na naszą działalność i na to co się dzieje to nie widziałbym takiej potrzeby. Też myślę, że patrząc z punktu widzenia bezpieczeństwa i współpracując z organami za to odpowiedzialnymi to jest tak, że myślę, że zawsze jest dużo do zrobienia w tym temacie, ale nie jesteśmy jakoś daleko z tyłu. My też rozmawiamy mocno z branżą, bo musicie państwo pamiętać, że często jest tak, że stoją ludzie i mówią, dlaczego nie przyjeżdża Policja czy Straż Miejska, a my często zadajemy czy przewodnikom czy innym, a czy zadzwoniłeś i wezwałeś służby? Nie, ale ktoś powinien. I potem wchodząc głębiej, a dlaczego nie zadzwoniłeś? Bo bym musiał złożyć zeznania, a mam tutaj biznes, muszę iść z klientami, a nie będę zgłaszał i czekał tutaj na Policję czy na Straż Miejską, nie mówię, że akurat ta grupa docelowa, że chodzi o przewodników, ale to jest najprostszy przykład, że często głośno ktoś mówi, że dobrze by było, że, a sam nic nie robi.

### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Tak samo jak ze startów schodzą to mają tak napięty harmonogram, że oni jak wchodzi to jak do McDonald`s do lokalu wchodzi o nie ma czasu. On ma 20 minut czy pół godziny i czas start.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

My też się mniej angażujemy dzisiaj chociażby w promocję tematu właśnie, bo był taki okres, gdzie jeździliśmy też na targi jeżeli chodzi o cruisery nie to, że tego nie wspieramy, ale mniej się w to angażujemy, bo trzeba pamiętać, że to jest temat bardzo specyficzny też dla tkanki miejskiej, nie tylko z punktu widzenia samego klienta, ale nie wiem, czy państwo kiedyś rozważaliście, albo czy słyszeliście o tym, ale w momencie, kiedy przychodzi do Gdańska czy do Gdyni cruiser to jest dosyć duży problem z zabezpieczeniem kierowców w komunikacji miejskiej dlatego, że operator potrzebuje 90-100 kierowców do obsługi autokarów komercyjnych, więc mamy dużo albo L4, albo urlopów a komunikacji miejskiej, bo po prostu takiego zasobu personalnego nikt nie ma i nie może mieć jeżeli chodzi o tą działalność taką projektową, więc jest dużo takich rykoszetowych efektów, które wpływają na nas, a niekoniecznie chcemy, żeby tak było. Oczywiście jest to też klient ważny i ważne być na tej mapie z jakiejś perspektywy, ale właśnie w ten taki zrównoważony rozwój, żeby nie iść za mocno w tym kierunku, bo to może mieć też swoje konsekwencje.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jeszcze jedno pytanie mam, bo bardzo mi się podoba ten pomysł, żeby inne części roku lepiej zagospodarować, bo to jest najlepszy potencjał taki najbardziej zrównoważony, żeby turystów więcej przyciągnąć, ale jeszcze chciałem spytać o inne części miasta, bo wiadomo, że Śródmieście to jest podstawa. W tym filmie promocyjnym Oliwa też się przewijała w kilku miejscach, ale czy państwo myślicie o tym, żeby inne dzielnice, nie wszystkie są super atrakcyjne, ale może są jakieś ciekawe miejsca, Wrzeszcz Dolny, lokalnie w każdym razie są przewodnicy, którzy oprowadzają.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Oczywiście.

### **Radny Łukasz Świacki – wiceprzewodniczący komisji**

Chciałem się przyłączyć do tego głosu.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Jednym z naszych kluczowych działań rzeczywiście nie dość, że rozciąganie tego sezonu w czasie to jeszcze w przestrzeni, bo rzeczywiście szczególnie ten okres letni i te warunki pogodowe mają dużo do czynienia, ale mocno działamy ze szlakami chociażby takimi jak

np. Szlak Gdańskich Murali, Szlak Punktów Widokowych. Jest gro rzeczy, które promujemy w odpowiednich okresach czasu, żeby mieć czy dawać tą perspektywę osobom wyjęcia z Głównego Miasta, ze Śródmieścia. Prościej jest z dzielnicami typu Oliwa, typu Wrzeszcz, oczywiście Westerplatte, pas nadmorski jeżeli jest pogoda to jest dosyć zrozumiałe, więc pracujemy nad tym jak najbardziej i prowadzimy działania promocyjne, żeby wyciągać ludzi z Głównego Miasta bazując bądź na wydarzeniach, bądź na pewnych aspektach czy widokowych, wizerunkowych, ale też dzisiaj coraz mocniej zaczyna grać też gastronomia w tym aspekcie, więc to jest proces, bo to też nie jest tak, że dzisiaj mamy narzędzia do tego, żeby powiedzieć ok wszystkie inne dzielnice poza Śródmieściem, Głównym Miastem są super atrakcyjne, bo też wiemy, że nie, ale mocno pracujemy chociażby nad Dolnym Miastem też, żeby pokazywać, że ono jest bardzo atrakcyjne i też patrzymy pod konkretne grupy docelowe. Pas nadmorski osoby aktywne, mamy z dziećmi, więc to jest temat czy aktywności rowerowej, czy bieganie czy innej. Też musimy być ostrożni w okresie letnim też widzimy co się zaczyna tam dzieć, że coraz więcej osób jak ktoś jedzie z prędkością dużą, szczególnie jak mamy rower elektryczny 50 km/h w pasie nadmorskim, a jest tam 70 rolkarzy i 14 mam z dziećmi to z bezpieczeństwem nie do końca ma wiele wspólnego, więc to jest proces, który równocześnie prowadzimy, chociażby ta akcja w Śródmieściu gdańskiego savoir vivre, czy też nie idziemy w kierunku „nie chcemy cię tu” albo „nie chodź bez koszulki”, bo tak naprawdę negatywny przekaz to nie o to nam chodzi. Bardziej pokazujemy przyjeżdżasz do nas to jesteś tak jakby w naszym domu i chcielibyśmy, żebyś przestrzegał naszych zasad. Zachęcamy do tego też restauratorów i hotelarzy, więc też jesteśmy w tym projekcie, więc tych wątków jest dosyć dużo. Też coraz mocniej pracujemy i z hotelarzami, ale też z najmem krótkoterminowym jeżeli chodzi o podmioty zajmujące się tym profesjonalnie. Zależy nam po pierwsze, żeby też tutaj z Wydziałem Spraw Obywatelskich pracujemy bardzo blisko, żeby zachęcać ludzi do legalizacji tego typu działalności. Z drugiej strony jeżeli ktoś przyjedzie do takiego miejsca i nocuje w apartamencie, żeby miał też informację co w Gdańsku można zrobić, gdzie można ten czas spędzić niekoniecznie, że to jest tylko okolice fontanny Neptuna.

### **Radny Łukasz Świacki – wiceprzewodniczący komisji**

Mi się wydaje, że z dzielnic można by jednak mimo wszystko w przyszłości kiedyś uczynić produkt też turystyczny w różnych aspektach, np. czapki z nadrukiem, ale skończyło się to na kilku dzielnicach.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Musimy pamiętać też i to do czego my też robiliśmy takie próby z Radami Dzielnic, żeby zaproponowały nam tematy co u was jest ciekawego, czym można się pochwalić i dostaliśmy Przymorze, dostaliśmy Oliwę i to są takie dosyć oczywiste rzeczy. Falowiec na Przymorzu. Katedra w Oliwie i Park Oliwski. Park Oruński chyba był jeszcze i coś jeszcze,

nie pamiętam teraz. Więc szukamy tego. Natomiast to też traktujemy to jako projekt rozwojowy, bo na pewno widzimy tą potrzebę wyciągania ludzi z Głównego Miasta.

### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Fajnie, że próbujecie, natomiast z Głównego Miasta wyciągnąć całkiem ludzi na pozostałe dzielnice to duży problem będzie. Oni mają zbyt napięty program, wszystkie grupy zorganizowane one mają napięty program. Na przykład te statki duże, 52 lata w tym siedzę, bardzo cieszę się i jestem pełen uznania dla twojej działalności, natomiast te grupy ze statków naprawdę tak napięty mają terminarz, że oni jak do McDonald`s wchodzi do lokalu i on już by chciał mieć na talerzu, bo już uciekają, bo już idą, bo już statek, bo przewodnik ich zaprowadził w jedno miejsce więcej, pokazał im trochę więcej i już na ten posiłek nie mają czasu i już na statku konsumują jeżeli tam mają. Dużo jest grup zorganizowanych, które jedzą w hotelach też. Takie grupy zorganizowane inne dzielnice też by chciały. Każda dzielnica ma coś ciekawego, tylko to jest naprawdę duży problem. Prędzej w dzielnice pojedą turyści, którzy kiedyś tu byli czy to rodzinie.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

To jest właśnie to na czym nam zależy, że po pierwsze i to może zabrzmie brzydko, ale wiemy, że są grupy, o które nie warto się starać, żeby je wyciągnąć, bo wiemy, że to jest walka z wiatrakami i tu chociażby mamy bardzo mały wpływ jeżeli chodzi o grupy przyjeżdżające cruiserami, ale już mamy wpływ na osoby przyjeżdżające tu typowo wakacyjnie city breakowo i zachęcamy... też musimy sobie zdawać sprawę z jednej rzeczy, że my naszą pojemność Śródmieścia z punktu widzenia atrakcji, które tam są ona też jest bardzo ograniczona czasowo, czyli jeżeli ktoś przyjeżdża na 2-3 doby to nie musi wychodzić ze Śródmieścia, ale jeżeli ktoś chce spędzić tydzień i jest z dziećmi, które po jednym dniu chodzenia po muzeach i mają już dość to można im zaproponować wyjazd do parku w Oliwie, do ZOO i do innych atrakcji, które są i teraz o to nam chodzi, żeby po pierwsze tego typu grupy po pierwsze mieć zidentyfikowane o kogo możemy walczyć, żeby ten ruch rozpraszać i żeby to robić efektywnie, bo coraz więcej widzimy... przykładem są goście z Niemiec. Dziesięć lat temu średnia wieku to 55 w górę. I to 55 to była taka naprawdę niska granica. Dzisiaj 35-45 to jest ta grupa.

### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

Pamiętam jak przyjeżdżało jeszcze to pokolenie powojenne. Autokar za autokarem wchodził do Łososia Niemcy, ale to byli ci wszyscy co jeszcze pamiętali te kamienice. To pokolenie już wymarło. Oni się rozdzielali i odwiedzali swoje dzielnice. Powiem wam przykład na Suchaninie przyjechali Niemcy pod mój dom, którzy tam mieszkali, dzieci, bo już rodzice nie żyli i ja ich prowadziłem po ogrodzie, pokazałem gołębnik. Mówili ich tata

też miał tutaj gołębnik w tym domu. Naprawdę to było takie fajne i to była dzielnica niemiecka.

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Dlatego naprawdę kluczowe jest ten temat danych, badań, analiz, bo na tej podstawie dzisiaj dla gości międzynarodowych stocznia zaczyna się robić też podstawą takiego spędzania czasu wolnego i mówimy o tym młodszym pokoleniu, mówię o stoczni kontenerowej, średnia wieku przychodzących 40-45 lat. Dla mnie to było duże zaskoczenie. Ja bym powiedział 25-35. Po pierwsze tam nie jest tanio. To jest pierwsza rzecz. Po drugie tam jest coraz więcej wydarzeń związanych z kulturą, czyli nie tylko muzyka, dj, itd., ale takie tematyczne rzeczy, które się tam dzieją, średnio w lecie w weekend przewija się tam ok 70 000 osób.

### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

To czemu food hall powoli się zamyka na stoczni?

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Teraz Europark przejął te parkingi i ten temat będzie ucywilizowany, bo tam już nie będzie takiego dzikiego parkingu, który tam był. Natomiast to jest też tak, że nie ma takiej zero jedynekowej odpowiedzi. Natomiast widać, że gość, który przyjeżdża on jest gościem krajowym czy międzynarodowym ten sam gość nam się mocno zmienia. Dzisiaj już rzeczywiście Gdańsk to muzeum i spanie, a Sopot to impreza, a Gdynia to coś innego. Gdańska się zmienił. Gdańsk się na tyle rozwinął, my możemy powiedzieć, że na rozwoju Wyspy Spichrzów najbardziej ucierpiał Sopot i na tym, co się dzieje, bo dzisiaj przysłowiowego już tak trochę nie ma po co tam jechać, bo wszystko mamy tutaj. Dzisiaj widzimy też gości z zagranicy, że dokładnie to działa w ten sam sposób.

### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

W Sopocie nie rośnie, czy wręcz spada ilość turystów?

### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Sopot ma duże wyzwanie przed sobą. Z Bartkiem rozmawiamy i pracujemy. Po pierwsze jest to jedno ze starszych społeczeństw w Polsce. To jest pierwsza rzecz, demograficznie. Druga rzecz, że to idąc tym tropem Krakowa klient się robi coraz bardziej świadomy z racji tego, że nie robi się taniej, to jak już ktoś przyjeżdża to chce doświadczyć, być, skorzystać, a nie tylko iść na 3 piwa i wrócić do hotelu, więc nam się klient mocno zmienia jeżeli chodzi o samo Pomorze, więc ciężko ten Sopot wyciągnąć, ale widzimy coraz więcej, że trochę Sopot zaczyna być „noclegownią”, a atrakcje się dzieją tutaj i to często z tego powodu, że już w Gdańsku nie ma miejsca, żeby wykupić nocleg, a oczywiście sytuacje się

zmienia jak mamy piękną pogodę, mamy plażę itd., więc cały pas nadmorski jest relatywnie równo rozłożony. Natomiast też widzimy co się dzieje, to jest niesamowite jak my widzimy, mogą powiedzieć przez słupki sprzedaży turystyki jak padało, znaczy kiedy nie padało, a było pochmurnie, bo wtedy widzimy kolejki, które przyjeżdżają do nas z Władysławowa, z całego pasa nadmorskiego może w wyłączeniem Półwyspu Helskiego, bo jak wieje to tam jest idealnie, ale wtedy przyjeżdżają do nas, bo jest świetna infrastruktura i gastronomiczna i mamy instytucje kultury, jest co robić, są wydarzenia, więc ludzie nie siedzą na plaży, bo nie mogą, więc przyjeżdżają do nas. Trochę podobnie jeżeli chodzi o Sopot, więc teraz mocno nad tym pracują, żeby to zmienić de facto tam. Też pomagaliśmy przy wdrożeniu Karty Mieszkańca w Sopocie i jest Karta Turysty. Nie możemy patrzeć na Gdańsk jako samotną wyspę.

#### **Radny Piotr Dzik – członek komisji**

O 50% mniej się dzieje w Sopocie, mniej turystów i młodzieży. Kiedyś cała młodzież z Gdańska jechała do Sopotu. A teraz nie, zostają u nas, bo mają stocznię.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Pan prezes powiedział, że w stoczni średnia wieku to 40-45, to gdzie ta młodzież się bawi?

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Też jest dużo. Młodzież pracuje, obsługuje.

#### **Radny Karol Ważny – członek komisji**

Jeszcze pytanie. Na plaży się siedzi jak jest ładna pogoda, na tej w Trójmieście i rozumiem, że cały czas myślimy o tym, żeby ten pas nadmorski jakoś troszkę bardziej rozruszać, bo jednak ta nasza oferta nadmorska mimo, że ostatnio u nas Kamil Koniuszewski to mówił, że mamy 3 czy 4 razy więcej turystów w ciągu dnia nad wodą niż w Suntago czy w innych tego typu parkach, ale mimo wszystko mam cały czas taki niedosyt i pewnie nie tylko ja, że nad tą wodą nie jest u nas taka zachodnia Europa czy jakiś taki super kurort, tylko jednak jest takie troszeczkę ten poziom... nie jest aż tak atrakcyjne miejsce z punktu widzenia spędzania czasu nad wodą, że można by było jeszcze coś zrobić i rozumiem, że w tym kierunku są też te plany dotyczące Brzeźna, które zostały potem przez Wojewodę odrzucone, czy przez Sąd Administracyjny.

#### **Pan Łukasz Wysocki – Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej**

Oczywiście, że ta. Przede wszystkim zawsze zachęcam do tego, żeby też cieszyć się z tego co już mamy, bo to jest też zawsze tak, że są aspekty, w których można więcej. Dzisiaj mamy tak, że pamiętajmy, że pewne rzeczy mają swój urok. Też do tego zachęcam, żeby o tym myśleć. Z drugiej strony w momencie, kiedy będziemy zachęcać biznes do tego, żeby wchodził w pas nadmorski to musimy upewnić się, że ten pas nadmorski jest całoroczny,

że tych ludzi możemy w jakiś sposób zachęcać nie tylko samą plażą, piaskiem i tym co tam się dzieje, mimo tego, że coraz więcej rzeczywiście się dzieje z punktu widzenia czy kąpieli w morzu, takiej kultury spędzania czasu na zewnątrz. Natomiast z punktu widzenia biznesowego to pewnie nie jest jeszcze ten moment, gdzie możemy powiedzieć, że jesteśmy tam, gdzie trzeba. Więc między innymi też dlatego zrobiliśmy ten audyt dostępności, żeby przede wszystkim pokazywać, że plaże mogą być dostępne, co trzeba zrobić, żeby one były dostępne. Patrząc z mojej osobistej perspektywy super, że mamy wejście i, że mamy możliwość dojazdu do jakiegoś momentu wózkami w Brzeźnie. Zabrakło nam tych 15 metrów, ale mój syn nie nauczy się chodzić, żeby pójść do wody. Jest trochę rzeczy, które można poprawić i dzięki temu pokazywać, że ten pas nadmorski może być atrakcyjniejszy. Natomiast na pewno jest to kwestia rozwojowa i zgodzę się, że tam jest dużo do zrobienia. Z drugiej strony też pamiętajmy, że wejście zbyt mocne w tkankę tą naturalną, która tam jest też możemy mieć swoje negatywne konsekwencje. Absolutnie jestem przeciwny temu, żeby tam wszystko zostawić tak jak jest i w ogóle tam nic nie budować, nie rozwijać infrastruktury, bo absolutnie nie, ale też zrobić to w sposób taki przemyślany i też jednak umożliwiający branży robienie tam jakiegoś biznesu nie tylko przez 2 czy 3 miesiące w roku, bo jednak musimy pamiętać, że pogodę mamy jaką mamy. Nie jest tak, że jest kilka miesięcy pewnych słońca. Statystycznie lipiec jest najbardziej deszczowym miesiącem w roku, także jest to duże wyzwanie.

## **PUNKT - 5**

**Sprawy bieżące, wolne wnioski, korespondencja.**

**Radny Łukasz Bejm – Przewodniczący Komisji**

Korespondencji nie ma. Czy są jakieś wolne wnioski? Nie ma. W styczniu przyjmujemy plan pracy. Myślę, że będzie to kontynuacja tematów z tego roku. Może zrobimy posiedzenie wyjazdowe.

Na tym posiedzenie zakończono – godz. 18:10

**Przewodniczący**

**Komisji Sportu, Rekreacji i Turystyki RMG**

**/-/ Łukasz Bejm**