

## PROTOKÓŁ KONTROLI

w Urzędzie Miasta w Ostrowcu Św. ul. J. Głogowskiego 3/5 (kod 27-400), zwanego dalej Urzędem.

### REGON 291009834

Kontrolę przeprowadził Zbigniew Biegaj - główny specjalista kontroli państwowej z Najwyższej Izby Kontroli Delegatura w Kielcach, na podstawie upoważnienia nr 76154 z dnia 15 września 2011 r. w okresie od 19 września 2011 r. do 22 listopada 2011 r. z przerwą w dniach: 23 – 30 września, 3 – 11, 24, 25, 26 października, 8, 14, 15, 16, 17, 18, 21 listopada 2011 r.

[Dowód: akta kontroli str. 1]

Prezydentem Miasta od 30 listopada 2006 r. jest Jarosław Wilczyński.

[Dowód: akta kontroli str. 2]

Przedmiotem kontroli były działania promocyjne jednostek samorządu terytorialnego.

Ileokroć w niniejszym protokole użyto określenie:

- **ustawa o NIK** – oznacza to ustawę z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli (Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.);
- **ustawa o finansach publicznych** – oznacza to ustawę z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. Nr 157, poz. 1240 ze zm.);
- **rozporządzenie w sprawie klasyfikacji dochodów i wydatków** – oznacza to rozporządzenie Ministra Finansów z 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych (Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.);
- **ustawa o samorządzie gminnym** – oznacza to ustawę z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1590 ze zm.);
- **ustawa Prawo zamówień publicznych** – oznacza ustawę z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007 r. Nr 223, poz. 1655 ze zm.);

W toku kontroli ustalono, co następuje:

### 1.1. Planowanie zadań promocyjnych oraz opracowanie dokumentów dotyczących strategii promocji Gminy.

Gmina nie opracowała dokumentu pn. Strategia promocji, natomiast zagadnienia związane z określeniem celów promocji oraz działań zmierzających do ich osiągnięcia zostały przedstawione w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski.

W dniu 30 maja 2008 r. Rada Miasta podjęła uchwałę Nr XXIII/304/2008 w sprawie uchwalenia *Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski (Strategia)*. W uchwale zapisano, że określone w *Strategii* zasady, cele oraz działania na rzecz rozwoju Gminy, stanowią wytyczne dla organów i pracowników administracji Gminy oraz wszystkich jednostek organizacyjnych podległych tej administracji lub związanych z nią w inny sposób

obligujący prawnie, przy opracowaniu wszelkich dokumentów planistycznych, w tym przede wszystkim uchwalanych przez Radę Miasta.

Potrzebą uchwalenia *Strategii* były wyniki analiz warunków do inwestowania w Gminie, które porównywano z gminami ościennymi i miastami o podobnej wielkości oraz posiadaną bazą turystyczno – sportową pozwalającą na utworzenie z miasta centrum turystycznego dla regionu Świętokrzyskiego.

W *Strategii* zarówno w gospodarce, jak i w zarządzaniu Gminą wskazano obszary zainteresowania promocją. W gospodarce są to obszary związane z otoczeniem biznesu, atrakcyjnością inwestycyjną, handlu i usług, turystyki, podmiotów gospodarczych i gospodarki komunalnej oraz obszary dotyczące struktury użytkowania przestrzeni. W *Strategii* uznano, że najważniejszymi problemami do rozwiązania poprzez promocję są: mała liczba małych, średnich przedsiębiorstw (MSP) i słabe warunki dla rozwoju przedsiębiorczości, niewystarczająca liczba inwestorów, niedobór terenów inwestycyjnych słabo rozwinięta i nie w pełni wykorzystana infrastruktura na potrzeby inwestycyjne, niezagospodarowane tereny przemysłowe i majątek upadłych firm, niewykorzystywanie walorów turystycznych miast i jego okolic w rozwoju gospodarczym.

Dla realizacji powyższych zadań w *Strategii* w zakresie gospodarki i infrastruktury technicznej określono cele strategiczne, cele szczegółowe oraz sposoby ich realizacji. Nie określono natomiast bezpośrednich efektów (skutków) podejmowanych działań promocyjnych, np. dotyczących wzrostu dochodów z tytułu angażowania środków własnych w działania promocyjne.

Dla celu strategicznego dotyczącego wzrostu znaczenia gospodarczego miasta poprzez rozwój sektora MSP oraz wzrostu inwestycji, przewidziano następujące działania dla jego realizacji w ramach promocji:

- ułatwienia startu i rozwoju rodzinnym firmom – dobra obsługa administracyjna, dostępność usług świadczonych przez instytucje otoczenia biznesu, KSU,
- tworzenie preferencyjnych warunków (podatkowych, lokalowych) do powstawania nowych i rozwoju istniejących firm – szczególnie innowacyjnych oraz napływu inwestorów,
- działalność Centrum Przedsiębiorczości i Aktywizacji Zawodowej,
- uruchamianie lub ułatwianie dostępu do narzędzi finansowych rozwoju przedsiębiorczości,
- stała współpraca (konsultacje) władz miasta ze środowiskiem przedsiębiorców przy podejmowaniu decyzji gospodarczych, podatkowych oraz dotyczących ważnych inwestycji i kierunków rozwoju miasta,
- wspieranie przez Gminę inicjatyw gospodarczych sprzyjających powstawaniu nowych miejsc pracy,
- opracowanie nowych szczegółowych ofert inwestycyjnych,



- preferencje podatkowe dla inwestorów, którzy nabywają majątek upadłych firm i organizują na nim działalność gospodarczą,
- identyfikacja i promocja produktów lokalnych przez akcje informacyjne oraz realizację projektów,
- intensywna promocja atrakcji turystycznych miasta i jego okolic,
- zorganizowanie punktu informacji turystycznej, np. przy kołach PTTK,
- dbałość o dobry stan atrakcji turystycznych oraz opracowanie materiałów promocyjno – informacyjnych i ich rozpowszechnianie na terenie województwa i kraju.

Dla określonego celu strategicznego – Rozbudowa i wykorzystanie infrastruktury służącej zrównoważonemu rozwojowi miasta, przedstawiono następujące sposoby jego rozwiązania:

- komasacja gruntów na cele gospodarcze i przemysłowe,
- określenie i sukcesywne uzbrajanie terenów inwestycyjnych,
- zabezpieczenie środków finansowych na rozbudowę infrastruktury technicznej terenów przemysłowych i poprzemysłowych.

Obszary zainteresowania promocji w zarządzaniu gminą, to przede wszystkim cele dotyczące: uspołecznienia procesu zarządzania gminą i usprawnienie komunikacji społecznej realizowane poprzez przekazywanie obiektywnej i przystępnej informacji na temat działalności organów gminy za pomocą powszechnie wykorzystywanych publikatorów, szersze wykorzystywanie Internetu w komunikowaniu się ze społeczeństwem, pozyskiwanie informacji o opiniach mieszkańców w sprawach istotnych dla miasta.

Realizację celu określonego w *Strategii*, jako wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta oraz jego znaczenie w kraju i za granicą postanowiono realizować następującymi sposobami:

- tworzenie dobrego klimatu społecznego dla inwestycji zewnętrznych,
- efektywna promocja gospodarcza,
- promocja atrakcji turystycznych miasta i jego okolic,
- sukcesywne przygotowywanie atrakcyjnych terenów inwestycyjnych dla potencjalnych inwestorów,
- kontynuacja zagospodarowywania terenów poprzemysłowych,
- promocja i udostępnianie bazy edukacyjnej, sportowo – rekreacyjnej, kulturalnej mieszkańcom regionu i ościennych województw,
- przygotowywanie i rozpowszechnianie materiałów reklamowo – informacyjnych promujących miasto,
- organizacja i współorganizacja imprez promocyjnych miasto oraz spotkań o charakterze promocyjnym,
- współpraca z podmiotami zagranicznymi w ramach partnerstwa miast.

Uchwałą nr XV/192/2007 Rady Miasta Ostrowca Św. z dnia 5 października 2007 r. przyjęto do realizacji program pomocy przedsiębiorcom inwestycyjnym na terenie miasta Ostrowca Św. w latach 2007 – 2013. Realizacja programu polegała na wspieraniu przedsiębiorców dokonujących nowych inwestycji na terenie miasta i tworzących nowe miejsca pracy związane z nowymi inwestycjami, poprzez zwolnienia od podatku od nieruchomości na zasadach określonych w tym programie. Zwolnienia od podatku od nieruchomości dotyczą gruntu, budynków lub ich części na prowadzenie działalności gospodarczej, należące do przedsiębiorców spełniających warunki określone w programie. Zwolnienie stanowi pomoc regionalną na wspieranie nowych inwestycji. W programie określono wielkość środków publicznych przeznaczonych na udzielanie pomocy wynoszącą nie więcej niż 1,6 mln zł. Program pomocy przedsiębiorcom inwestycyjnym obowiązuje do 31 grudnia 2013 r. Do programu załączono załączniki w postaci deklaracji oraz oświadczeń dotyczących utrzymania utworzonej nowej inwestycji oraz utworzenia i utrzymania stworzonego zatrudnienia.

[Dowód: akta kontroli str. 73-88]

Z wyjaśnienia Pana Marka Nowaka Naczelnika Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej wynika, że *„za branże kluczową uznano przemysł odzieżowy, metalowy oraz budowlany w Ostrowcu Św. są bardzo mocne tradycje szwalnicze. Drugą przesłanką był fakt, iż w efekcie kryzysu gospodarczego został zlikwidowany zakład produkcyjny ekskluzywnej bielizny Chantelle. Francuski inwestor przeniósł produkcję do Wietnamu. Pracę straciło 430 szwaczek. W efekcie działań promocyjnych, kierowanych do producentów odzieży, udało się znaleźć inwestorów, którzy zatrudnili na terenie miasta 200 osób w branży szwalniczej. Branża metalowa jest naturalną dziedziną w gospodarce miasta. Z racji, iż województwo świętokrzyskie jest regionem zasobnym w surowce mineralne, więc także branże budowlaną należy uznać za kluczową”*.

[Dowód: akta kontroli str. 1121-1123]

W Strategii jak również podejmowanych działania promocyjnych wykorzystywano dokumenty dotyczące Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015, Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, Strategia Komunikacji Marketingowej Programu Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej na lata 2009 – 2015.

[Dowód: akta kontroli str. 3-72]

## **1.2. Wydatkowanie środków finansowych na działania promocyjne bez przyjęcia strategii działania promocyjnego.**

Z przyjętej uchwały Rady Miasta w sprawie uchwalenie budżetu na 2010 r. wynika, że w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdziale 75075 – promocja jednostek samorządu terytorialnego w planie wydatków budżetowych na realizację zadań związanych z promocją Gminy zaplanowano kwotę 1.187.060 zł. W trakcie roku budżetowego zwiększono wydatki do kwoty 1.317.965 zł, tj. o 130.905 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 89-103]

W przyjętej uchwale budżetowej na 2011 r. Rada Miasta w dziale 750 – Administracja Publiczna, rozdział 75055 – Promocja jednostek samorządu terytorialnego na wydatki zaplanowano kwotę 503.710 zł, tj. o 814.255 zł mniej niż wydatkowano w 2010 r.

[Dowód: akta kontroli str. 104-107]

Z wyjaśnienia Pana Jarosława Wilczyńskiego Prezydenta Miasta Ostrowca Św. wynika, że „kwota wydatków na promocję w 2010 roku była wyższa od kwoty zaplanowanej na 2011 r. ponieważ uwzględniała dotację na realizację kampanii promocyjnej „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” – projektu, który uzyskał dofinansowanie ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego”.

[Dowód: akta kontroli str. 1124-1126]

W latach 2010 – 2011 (I kwartał) zadania promocyjne wykonywane były przez Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej oraz Zespół Prasowo – Informacyjny (od II kwartału 2011 r. Biuro Prezydenta Miasta Ostrowca Św.). W sprawozdaniu opisowym z realizacji budżetu miasta Ostrowca Św. za 2010 r. ujęto, że ww. komórki organizacyjne zajmowały się promocją dotyczącą obsługi potencjalnych inwestorów w zakresie ofert inwestycyjnych, prowadzenie aktywnej promocji gospodarczej miasta, działań w zakresie współpracy z zagranicą, podróże służbowe zagraniczne, promowanie miasta poprzez sport oraz promocję medialną.

[Dowód: akta kontroli str. 1127-1137]

### **1.3. Jakie wymierne efekty zamierzano osiągnąć poprzez działania promocyjne, w przyjętej strategii promocji.**

Ze Strategii wynika, że Gmina określiła zamierzone efekty do osiągnięcia poprzez działania promocyjne w zakresie promocji gospodarczej:

- przygotowanie pod względem formalnym terenów dla potencjalnych inwestorów,
- rozszerzenie Podstrefy Ostrowiec Św. w Specjalnej Strefie Ekonomicznej „Starachowice” o 15,66 ha,
- opracowanie atrakcyjnej oferty inwestycyjnej miasta i jej systematyczna aktualizacja,
- opracowanie systemu zachęt dla przedsiębiorców inwestujących na terenie Gminy,
- pozyskanie nowych inwestycji dla miasta,
- utworzenie nowych miejsc pracy dla miasta i zmniejszenie bezrobocia,
- wzrost wpływów dla budżetu miasta z tytułu podatku od nieruchomości oraz udziału w podatku CIT i PIT oraz sprzedaż gruntów,
- wzrost liczby podmiotów gospodarczych, w tym z udziałem kapitału zagranicznego,
- rozwój gospodarczy miasta,
- zmniejszenie niekorzystnej tendencji wyludnienia miasta oraz napływu nowych mieszkańców,

w umacnianiu roli miasta, jako centrum usług: kulturalnych, sportowo-rekreacyjnych, rozrywkowych:

- kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku miasta wśród mieszkańców i na zewnątrz,
- zwiększenie udziału mieszkańców miasta oraz osób spoza Ostrowca Św. w imprezach kulturalnych i sportowo – rekreacyjnych,
- lepsze wykorzystanie bazy turystyczno – sportowej na terenie miasta przez osoby z zewnątrz (pływalnia, boiska sportowe, hala widowiskowo – sportowa, baza noclegowa na terenie miasta).

[Dowód: akta kontroli str. 3-72]

#### **1.4. Ocena efektów działalności promocyjnej oraz wykorzystywanie wyników ocen.**

Z przyjętej Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św. wynika, że w każdym roku budżetowym sporządzana jest informacja o realizacji zadań wynikających ze *Strategii*. W dniu 16 marca 2011 r. Zespół ds. Strategii przedstawił informację o realizacji zadań wynikających ze *Strategii* za 2010 r. W informacji wyszczególniono cel strategiczny i cel szczegółowy zadania oraz sposób jego realizacji w 2010 r. Kwotę wykorzystaną na realizację zadania w 2010 r. z podaniem działu, rozdziału i paragrafu klasyfikacji budżetowej. W ramach promocji w 2010 r. realizowane były cele strategiczne w zakresie wzrostu atrakcyjności miasta oraz jego znaczenia w kraju i zagranicą, wzrost znaczenia gospodarczego miasta poprzez rozwój sektora MSP oraz wzrost inwestycji, wzrost atrakcyjności inwestycji miasta oraz jego znaczenie w kraju i za granicą, kreowanie pozytywnego wizerunku wśród jego mieszkańców i na zewnątrz. Z informacji wynika, że przeznaczone w budżecie środki na promocję miasta w kwocie 1.317.965 zł zostały w pełni wykorzystane.

W sporządzonej informacji z realizacji zadań wynikających ze *Strategii* za 2010 r. nie zawarto mierników dla wszystkich realizowanych zadań związanych z promocją Gminy, na podstawie, których można ocenić wyniki prowadzonej promocji. Ustalono, że przyjęto miernik oceny realizacji zadania dotyczącego przygotowania 15 ha terenów przeznaczonych dla podstrefy Ostrowiec Św. Miernikiem było faktyczne przekazanie terenów dla podstrefy Ostrowiec Św., miernikami działań promocyjnych dla realizowanego programu pt. „Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” były wskaźniki realizacji poszczególnych zadań. Miernikiem dla promocji inwestycyjnej miasta wobec inwestorów z branży szwalniczej było pozyskanie nowych inwestorów z branży szwalniczej, utworzenie nowych zakładów oraz zatrudnienie nowych pracowników.

[Dowód: akta kontroli str. 112-197]

Ocena działalności promocyjnej dokonywana była także w ramach systemu zarządzania jakością ISO 9001:2009. W systemie dla każdego realizowanego zadania określono mierniki. Przyjęte założenia w ramach podprocesu 4.8 dotyczące przygotowania

15 ha terenów przeznaczonych pod inwestycje, zostały wykonane. Do podstrefy Ostrowiec Św. włączono 15,66 ha nowych gruntów. Miernikiem wykonania ww. zadania było: przygotowanie pod względem formalnym terenów dla potencjalnych inwestorów, rozszerzenie specjalnej strefy ekonomicznej, opracowanie atrakcyjnej oferty dla przedsiębiorców inwestującym na tym terenie. Dla karty procesu strategicznego 4 zapewnienie zrównoważonego rozwoju miasta poprzez realizację zaplanowanych zadań w danym roku, miernikiem było: ilość zrealizowanych inwestycji w stosunku do zaplanowanych w danym roku, wyniki z przeprowadzanego, co cztery lata audytu *Strategii* w porównaniu do wyników z poprzedniego audytu. Procentowy udział środków zewnętrznych w realizację inwestycji w danym roku.

**[Dowód: akta kontroli str. 108-111]**

Realizacja projektu pn. „Kampania promocyjna miasta „Ostrowca Świętokrzyskiego – aktywnie i alternatywnie” w ramach działania 2.3. Promocja gospodarcza i turystyczna regionu, II Osi priorytetowej Wsparcie innowacyjności, budowa społeczeństwa informacyjnego oraz wzrost potencjału inwestycyjnego regionu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007 – 2013 oceniana była według wskaźników zamieszczonych we wniosku aplikacyjnym. Ustalono, że Gmina osiągnęła założone we wniosku o dofinansowanie wskaźniki realizacji produktu, tj. uzyskano jeden produkt turystyczny, przeprowadzono dwie kampanie promocyjne, zakupiono trzy środki trwałe, przeprowadzono dziewięć kampanii promocyjnych służących wzbogaceniu dotychczasowej oferty turystycznej. Osiągnięto w 100% wskaźnik dotyczący liczby osób korzystających z produktów turystycznych – wskaźnik założony 51.300 osób. Na 2010 r. założono, że liczba turystów korzystających z systemu rezerwacji i informacji turystycznej wyniesie 100.000 osób. Wskaźnik zrealizowano w 100%. Liczba osób objętych kampanią promocyjną 1.311.000 osób, w tym osób z zagranicy 30.000 w 2010 r. wskaźnik zrealizowano na poziomie 100%. Założono stworzenie systemów informacji inwestycyjnej i turystycznej, w tym obsługi inwestorów w 2010 r. Wskaźnik został zrealizowany w 100%.

**[Dowód: akta kontroli str. 1059-1073]**

Z wyjaśnienia złożonego przez Pana Marka Nowaka Naczelnika Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej dotyczącego odpowiedzi na pytanie dlaczego angażując środki własne Gminy na realizację celów strategicznych, celów szczegółowych poprzez wykonywanie przyjętych zadań promocyjnych nie określono bezpośrednich efektów (skutków) podejmowanych działań promocyjnych, np. dotyczących wzrostu dochodów z tytułu angażowania środków własnych w działania promocyjne wynika, że *Bardzo trudno, a w większości przypadków niemożliwe jest jednoznacznie stwierdzić, że notowany wzrost dochodów budżetu jest skutkiem angażowania środków własnych w działania promocyjne. Dlatego przyjęto inne mierniki wynikające z realizacji Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski na lata 2000 – 2020 oraz z procesu Realizacja Strategii*




*Rozwoju Miasta i podprocesu 4.8 Promocja gospodarcza miasta systemu jakości ISO 9001:2009. Ocena realizacji zadań z zakresu promocji gospodarczej jest przeprowadzana corocznie przy składaniu sprawozdania z realizacji zadań wynikających ze Strategii oraz w momencie podawania pełnomocnikowi ds. jakości mierników podprocesu 4.8 osiągniętych przez Wydział.*

Na pytanie dlaczego przy angażowaniu środków własnych Gminy dla podejmowanych działań promocyjnych nie ustalono mierników stopnia osiągnięcia celu realizowanych działań, wyjaśniający stwierdził, że „istotnie, najczęściej występuje tu sytuacja zero – jedynkowa typu sukces – brak sukcesu. Udało się zachęcić inwestora do zainwestowania lub nie. Udało się wprowadzić do SSE „Starachowice” tereny inwestycyjne o zakładanej powierzchni czy nie. Tak właśnie określono mierniki, ale w niektórych przypadkach można oceniać ten stopień. Na przykład postęp, a nie tylko końcowy rezultat można mierzyć przy uzbrajaniu terenów inwestycyjnych i najlepiej to odnosić do zaplanowanych lub rzeczywiście poniesionych wydatków. Jest to kwestia przyjęcia miary”.

Odpowiadając na pytanie jakie wymierne korzyści zamierzono osiągnąć poprzez działalność promocyjną zawarta w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski oraz czy dokonywano analiz tych efektów oraz w jaki sposób wykorzystywano wyniki dokonywanych ocen, wyjaśniający stwierdził, że „*zamierzano osiągnąć wzrost liczby inwestorów (inwestycji) oraz nowych miejsc pracy, a także dochodów podatkowych – z podatku od nieruchomości, oraz wzrost udziału w podatkach CIT i PIT. Analiz dokonuje się poprzez sprawozdania z realizacji zadań wynikających ze Strategii, do czego został powołany specjalny Zespół Wspomagający, w ramach wspomnianego już podprocesu 4.8 Promocja gospodarcza miasta oraz co 4 lata dokonując Audytu Zrównoważonego Rozwoju. Wnioski z tych analiz znajdują się także w sprawozdaniach z działalności Prezydenta Miasta, rocznych sprawozdaniach z realizacji budżetu, czy w sprawozdaniach podsumowujących kadencję samorządu*”.

[Dowód: akta kontroli str. 1121-1123]

Z wyjaśnienia złożonego przez Kierownika Biura Prezydenta Panią Annę Niedbała wynika, że *Celem wdrożonej i realizowanej od 2000 roku Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec jest osiągnięcie w roku 2020 zrównoważonego rozwoju w takich obszarach jak: środowisko przyrodnicze i kulturowe, gospodarka i infrastruktura techniczna, sfera społeczna, zarządzanie gminą. Założony miernik ma charakter ilościowy i corocznie w sprawozdaniu uwzględnia się na tej podstawie **ilość zrealizowanych zadań z zakresu Strategii w stosunku do zaplanowanych w danym roku**. Takie przyjęto metody monitorowania i pomiaru. Co do promocji, celem strategicznym jest wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta oraz jego znaczenia w kraju i za granicą. Określono również cel szczegółowy tj. „*Kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców i na zewnątrz*” oraz sposoby jego realizacji. Nie określono mierników*





efektywności podejmowanych działań. Moglibyśmy zastosować np. miernik wzrostu dochodów i zbadać to w roku 2020 roku, jednak nigdy nie będziemy w stanie jednoznacznie stwierdzić, czy osiągnięty wzrost po stronie dochodów budżetu jest wynikiem efektywnej promocji, czy po prostu koniunktury gospodarczej. Naszym celem ma być wykreowanie marki Ostrowca Świętokrzyskiego jako „Miasta Sportu i Rekreacji”, jako „Miasta udanych Inwestycji”, jako „Miasta Przyjaznego Inwestorom”. Najlepszym dla nas miernikiem jest więc to, że efekty realizowanych przedsięwzięć są dostrzegane i doceniane przez niezależne gremia, o czym świadczą przyznawane na przestrzeni ostatnich lat nagrody i wyróżnienia.

Z dalszych wyjaśnień P. Anny Niedbały wynika, że brakuje skutecznych narzędzi do mierzenia efektywności zadań realizowanych w ramach promocji miasta. Ustalanie mierników jest wręcz niemożliwe, a zakładanie jakichkolwiek wielkości, które byłyby monitorowane corocznie nie jest potwierdzeniem efektywności podejmowanych przedsięwzięć, które mają przecież charakter długofalowy. Dlatego też nie mierzymy tego procesu, gdyż efekty wdrożonych i realizowanych sukcesywnie działań mogą być ocenione i zmierzone dopiero po kilku latach. W pkt. 3 prezentuję korzyści, jakie udało nam się osiągnąć, natomiast nie ma metody, aby zmierzyć na ile powstanie np. restauracji Mc Donald jest efektem podejmowanych działań promocyjnych. Chciałabym jednak dodać, że brak założonych mierników efektywności nie znaczy, że nie monitorujemy tego procesu. W roku 2002 Stowarzyszenie Konsultantów UMBRELLA przeprowadziło audyt zrównoważonego rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski z uwzględnieniem analizy wskaźnikowej natomiast w 2007 Agencja Rozwoju Lokalnego przeprowadziła badania ankietowe wśród mieszkańców naszego miasta, w których ocenie poddano sposób działania władz lokalnych i Urzędu Miasta.

[Dowód: akta kontroli str. 1138-1143]

#### **1.6. „Dobre praktyki” w działalności promocyjnej Gminy.**

Obsługa Inwestora odbywa się na zasadzie full assistance. Inwestor ma wyznaczonego pracownika Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej do pomocy. Pracownik Wydziału jest pilotem i przewodnikiem w trakcie realizacji jego projektu inwestycyjnego. Pracownik ma kompleksowo pomagać inwestorowi. Służy mu informacją, radą i doradztwem.

Z wyjaśnienia Naczelnika Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej p. Marka Nowaka wynika, że „do dobrych praktyk w zakresie działalności promocyjnej w Gminie zaliczono bieżący kontakt ze środowiskiem przedsiębiorców – przekazywanie informacji gospodarczej o możliwościach kooperacyjnych, możliwościach dofinansowania inwestycji. Również do dobrych praktyk zaliczyć można zwolnienia z podatku od nieruchomości dla przedsiębiorców inwestujących na terenie miasta zgodnie z przyjętym programem pomocy”.

[Dowód: akta kontroli str. 3-72, 1121-1123]

### **2.1. Funkcjonowanie komórki organizacyjnej do spraw promocji.**

Zgodnie z Regulaminem Organizacyjnym Urzędu Miasta Ostrowca Św. przyjętym zarządzeniem Nr III/559/2011 r. z dnia 24 sierpnia 2011 r. w Urzędzie funkcjonuje Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej (Wydział). Do zadań Wydziału należy: koordynacja działań związanych z realizacją celów i zadań określonych w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św. oraz stosownymi uchwałami Rady Miasta, udział w opracowaniu i aktualizacji dokumentów strategicznych w zakresie gospodarczym na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym w celu zabezpieczenia interesu prawnego gminy Ostrowiec Św. oraz odpowiednich warunków do jej rozwoju, bieżące dostosowywanie treści Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św. do aktualnych dokumentów strategicznych oraz programów operacyjnych, monitorowanie realizacji Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św., kierowanie pracami nad opracowaniem, wdrażaniem i aktualizacją Wieloletniego Planu Inwestycyjnego Gminy oraz monitorowanie jego realizacji, opiniowanie propozycji zadań inwestycyjnych do projektów budżetu miasta, poszukiwanie i pozyskiwanie dotacji z funduszy zewnętrznych dla finansowania inwestycji planowanych do realizacji przez Gminę, przygotowanie wniosków aplikacyjnych, analiz finansowo – ekonomicznych i środowiskowych, informowanie gminnych jednostek organizacyjnych o możliwości finansowania projektów z funduszy zewnętrznych, a w szczególności z Unii Europejskiej. Do zadań Wydziału należy także: współpraca z instytucjami wdrażającymi poszczególne programy operacyjne finansowane z funduszy zewnętrznych, w tym planowanie, przygotowanie i prowadzenie inwestycji z wyłączeniem nadzoru inwestycyjnego, monitorowanie przebiegu procesów inwestycyjnych realizowanych przez Wydział Inwestycji Miejskich, uzgadnianie ze służbami odpowiedzialnymi za planowanie przestrzenne lokalizacji inwestycji komunalnych oraz terenów dla potencjalnych przedsięwzięć inwestycyjnych sektora prywatnego. Wnioskowanie do Wydziału Mienia Komunalnego w sprawach dotyczących wykupów i wywłaszczenia nieruchomości pod planowane inwestycje komunalne oraz zabezpieczenia odpowiedniej rezerwy terenów inwestycyjnych dla potencjalnych inwestorów. Wnioskowanie i uzgadnianie z Wydziałem Inwestycji Miejskich zakresu koniecznych inwestycji infrastrukturalnych na drogach, w pasach drogowych i na działkach będących własnością Gminy, prowadzenie spraw związanych z zawieraniem umów i porozumień o współfinansowaniu inwestycji, zbieranie i aktualizowanie informacji o możliwościach aktualizacji inwestycji na terenie Gminy oraz opracowywanie ofert ogólnych i szczegółowych w tym zakresie, obsługa potencjalnych inwestorów w zakresie ofert inwestycyjnych i możliwości kooperacyjnych gospodarki Gminy. Prowadzenie aktualnej promocji gospodarczej Gminy – organizacja misji gospodarczych, prezentacja możliwości inwestycyjnych i kooperacyjnych miasta na targach nieruchomości oraz w środowiskach gospodarczych, współpraca z instytucjami państwowymi i regionalnymi w tym zakresie. Bieżący kontakt z lokalnym środowiskiem przedsiębiorców,

inicjowanie i pomoc w nawiązywaniu współpracy gospodarczej pomiędzy jego przedstawicielami a potencjalnymi partnerami zagranicznymi, obsługa zagranicznej współpracy międzysamorządowej i innych kontaktów międzynarodowych, przygotowywanie stanowisk i opinii w uzgodnieniu z merytorycznymi wydziałami Urzędu i jednostkami organizacyjnymi w zakresie współpracy i współdziałania ze stowarzyszeniami, organizacjami i innymi samorządami.

Według Regulaminu Organizacyjnego ww. zadania Wydział realizuje poprzez następującą strukturę wewnętrzną: referat ds. projektów strategicznych, stanowisko ds. promocji gospodarczej miasta oraz stanowisko ds. administracyjnych. W Referacie ds. projektów w strategiach utworzono następujące stanowiska: kierownik referatu, stanowisko ds. planowania strategicznego, opracowania i realizacji strategii miasta, planowania i przygotowania inwestycji finansowanych ze źródeł zewnętrznych, stanowisko ds. programów pomocowych Unii Europejskiej oraz stanowisko ds. kontraktowania i monitorowania projektów.

**[Dowód: akta kontroli str. 198-209]**

Na podstawie zakresów czynności ustalono, że na stanowisku ds. koordynacji procesów wdrażania strategii rozwoju miasta, programów wieloletnich oraz promocji gospodarczej pracuje od 19 marca 2007 r. Zbigniew Wesołowski, absolwent politologii na Uniwersytecie Jagiellońskim oraz zarządzania w administracji publicznej Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, do zadań, którego należy:

- koordynacja działań związanych z realizacją celów i zadań określonych w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św.,
- udział w opracowaniu i aktualizacji dokumentów strategicznych w zakresie gospodarczym na szczeblu lokalnym, regionalnym i krajowym w celu zabezpieczenia interesu prawnego Gminy oraz odpowiednich warunków do jej rozwoju,
- bieżące dostosowanie Strategii do aktualnych dokumentów strategicznych oraz programów operacyjnych, a także do wszelkich zmian wpływających w sposób istotny na perspektywy rozwoju miasta i realizacji Strategii,
- monitorowanie realizacji Strategii,
- koordynowanie prac nad wdrażaniem i aktualizacją Wieloletniego Planu Inwestycyjnego miasta Ostrowca Św. oraz monitorowanie jego realizacji,
- zbieranie i aktualizowanie informacji o możliwościach lokalizacji inwestycji na terenie Gminy, uzgadnianie nowych lokalizacji z udziałem odpowiedzialnym za planowanie przestrzenne oraz opracowanie ofert ogólnych i szczegółowych w tym zakresie,
- wnioskowanie do Wydziału Mienia Komunalnego w sprawach dotyczących wykupów i wywłaszczenia nieruchomości pod planowane inwestycje komunalne oraz zabezpieczenia odpowiedniej rezerwy terenów inwestycyjnych dla potencjalnych inwestorów,



- wnioskowanie i uzgadnianie z Wydziałem Inwestycji Miejskich zakresu koniecznych inwestycji infrastrukturalnych na drogach, w pasach drogowych i na działkach dla realizacji celów i zadań gminy,
- obsługa potencjalnych inwestorów w zakresie ofert inwestycyjnych i możliwości kooperacyjnych gospodarki miasta,
- prowadzenie aktualnej promocji gospodarczej miasta – organizacja misji gospodarczych, prezentacja możliwości inwestycyjnych i kooperacyjnych miasta na targach nieruchomości oraz w środowiskach gospodarczych oraz współpraca z instytucjami państwowymi i regionalnymi w tym zakresie,
- bieżący kontakt z lokalnym środowiskiem przedsiębiorców, inicjowanie i pomoc w nawiązywaniu współpracy gospodarczej pomiędzy jego przedstawicielami a potencjalnymi partnerami zagranicznymi.

Pan Zbigniew Wesołowski posiada wydane certyfikaty przez Związek Miast Polskich w związku z ukończeniem kursów: oferta inwestycyjna samorządu – przygotowanie materiałów promocyjnych, promocja gospodarcza – praktyka przygotowania materiałów promocji gospodarczej, z uwzględnieniem prezentacji multimedialnej, oferta inwestycyjna – Nieruchomość (Oferta – Obsługa – Promocja), ogólnopolskie Forum Samorządowe, pozyskiwanie inwestorów, inwestycje przemysłowe, rynek inwestycyjny, współpraca inwestora z samorządami, praktyczne aspekty pozyskiwania dotacji inwestycyjnych przez gminy.

**[Dowód: akta kontroli str. 210-214]**

Na stanowisku ds. współpracy krajowej i międzynarodowej zatrudniony jest Waldemar Kowalski. Jest absolwentem Moskiewskiego Państwowego Instytutu Stosunków Międzynarodowych w Moskwie. Stanowisko objął po powrocie z misji dyplomatycznej. Według zakresu czynności do zadań realizowanych na tym stanowisku należy:

- obsługa zagranicznej współpracy międzyrządowej i innych kontaktów międzynarodowych,
- współpraca z instytucjami państwowymi i regionalnymi,
- prowadzenie wszelkich spraw związanych z przynależnością Gminy Ostrowiec Św. do związków, stowarzyszeń i innych organizacji międzynarodowych, krajowych, regionalnych i lokalnych,
- uczestnictwo w posiedzeniach gremiów organizacji do których przależy Gmina oraz branie udziału w ich inicjatywach, pracach i prezentacjach zewnętrznych na podstawie wyznaczenia do reprezentowania Gminy lub upoważnienia,
- zgłaszanie i opiniowanie uczestnictwa Gminy w konkursach międzysamorządowych na szczeblu międzynarodowym, krajowym i regionalnym,
- przygotowywanie materiałów i informacji niezbędnych do uczestnictwa Gminy w konkursach międzysamorządowych i prowadzenie wszelkich spraw z tym związanych.

[Dowód: akta kontroli str. 215]

Z Regulaminu Organizacyjnego Urzędu wynika, że do zadań Biura Prezydenta Miasta należy:

- promocja Gminy i Urzędu w mediach lokalnych i ponadlokalnych,
- realizacja zadań związanych z redagowaniem strony internetowej Urzędu,
- redagowanie i przekazywanie informacji do dodatku prasowego, wydawanego przez Urząd,
- informowanie środków masowego przekazu o działalności Gminy, organizowanie konferencji prasowych i spotkań o charakterze promocyjnym,
- organizacja i współorganizacja lokalnych imprez promocyjnych.

Powyższe zadania Biuro Prezydenta Miasta realizuje poprzez następującą strukturę organizacyjną: kierownika Biura, rzecznika prasowego, stanowisko ds. promocji.

[Dowód: akta kontroli str. 198-209]

### **2.3. Zlecenie innym podmiotom zewnętrznym prowadzenie działań w zakresie promowania Gminy.**

Działalność w zakresie promowania Gminy była prowadzona przez pracowników Urzędu, natomiast dostawy, usługi w ramach realizowanych zadań zlecano podmiotom zewnętrznym. W 2010 r. podmiotowi zewnętrznemu zlecono w ramach zamówienia publicznego kampanię promocyjną miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” współfinansowaną ze środków Unii Europejskiej.. Promocja miasta realizowana przez podmioty zewnętrzne związana była również z działalnością sportową.

W 2010 r. na promocję Miasta przez sport, Gmina przeznaczyła 451.997,80 zł.

W dniu 4 grudnia 2009 r. Zespół Prasowo – Informacyjny Urzędu wystąpił do Prezydenta Miasta o akceptację rozdziału środków w budżecie na 2010 r. według poniższych zasad: promocja miasta poprzez sport w ramach następujących dziedzin piłka nożna i piłka siatkowa kobiet tylko na rundę wiosenną, z możliwością rozpatrzenia promocji w rundzie jesiennej, w zależności od wyników sportowych i sytuacji finansowej budżetu miasta. Przewidywano także możliwość wykorzystania w celach promocji miasta osiągnięć zawodników uprawiających pływanie. W uzasadnieniu podano, że zaproponowane działania są spójne z przyjętą Strategią Zrównoważonego Rozwoju Gminy i są najtańszą formą zaistnienia w środkach masowego przekazu i doskonale wpisują się w sukcesywnie budowaną markę Ostrowca Św. jak miasta sportu i rekreacji. W piśmie nie wskazywano konkretnych efektów ekonomicznych z tytułu angażowania środków publicznych w promocję miasta poprzez sport. Natomiast działania powyższe pozwolą na konsekwentne dążenie do tworzenia wizerunku miasta, jako nowoczesnego ośrodka miejskiego, którego wizytówką jest baza sportowo – rekreacyjna.

[Dowód: akta kontroli str. 216-218]





W 2010 r. Gmina zawarła pięć umów z podmiotami zewnętrznymi na promowanie miasta Ostrowca Św. poprzez sport. Umowy zawarto z niżej wymienionymi podmiotami:

- Klub Sportowy „KSZO” Ostrowiec Świętokrzyski – piłka siatkowa kobiet dwie umowy po 61.500 zł każda;
- „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna w Ostrowcu Św. – piłka nożna mężczyzn dwie umowy po 149.999 zł każda,
- Klub Sportowy „KSZO” Ostrowiec Świętokrzyski – pływanie jedna umowa 29.999,80 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 219-237]

W I półroczu 2011 r. Gmina. na promocję Miasta przez sport, przeznaczyła 155.300 zł, zawierając cztery umowy z niżej wymienionymi podmiotami zewnętrznymi:

- Klubem Sportowym „KSZO” Ostrowiec Świętokrzyski – piłka siatkowa kobiet jedna umowa na kwotę 61.500 zł,
- „KSZO” Sportową Spółką Akcyjną w Ostrowcu Św. – piłka nożna mężczyzn jedna umowa na kwotę 61.500 zł,
- Klubem Sportowym „KSZO” Ostrowiec Świętokrzyski – pływanie jedna umowa na kwotę 20.000 zł,
- Klubem Sportowym „KSZO” Ostrowiec Świętokrzyski – piłka ręczna mężczyzn jedna umowa na kwotę 12.300 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 238-253]

Każde z ww. zadań promocyjnych miasta poprzez sport realizowano w ramach zamówienia publicznego w formie przetargu nieograniczonego. Z ww. klubami sportowymi zawarto umowy na realizację promocji miasta Ostrowca Św. poprzez sport. W zawartych umowach na świadczenie usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Św. poprzez sport wskazywano, że przedmiot umowy będzie realizowany poprzez:

- umieszczenie nadruku herbu miasta Ostrowca Św. we wszystkich materiałach informacyjnych i publikacjach wydawanych przez Wykonawcę w związku z organizowaniem rozgrywek piłkarskich, zaproszeniach na mecze, plakatach informujących o terminach rozgrywek, biletach, karnetach, materiałach prasowych. Natomiast w przypadku udostępniania Zamawiającemu do celów promocyjnych miasta innych materiałów reklamowych związanych z działalnością Klubu – po uzgodnieniu stron z zachowaniem formy pisemnej;
- umieszczenie nadruku herbu i nazwy miasta Ostrowca Św. na prawym rękawie koszulek klubowych zawodników, w których będą występować podczas rozgrywek, treningów oraz turniejów z udziałem zespołu (termin wykonania nadruku do 14 dniu od daty podpisania umowy);
- umieszczanie herbu, logo miasta Ostrowca Św. oraz adresu internetowego Urzędu Miasta wraz z linkiem na stronie internetowej Wykonawcy w okresie obowiązywania umowy, w miejscu wskazanym przez Zamawiającego;



- umieszczenie herbu z nazwą miasta Ostrowca Św. na tzw. planszy sponsorskiej, eksponowanej podczas wszystkich konferencji prasowych, organizowanych przez wykonawcę;
- czynne uczestnictwo wykonawcy, na wniosek zamawiającego, w organizowanych przez Gminę wydarzeniach promocyjnych;
- udostępnianie zamawiającemu dla celów promocyjnych miasta informacji o działalności Wykonawcy, możliwość posługiwania się jego nazwą, znakami graficznymi, wizerunkami zawodników oraz ich osiągnięciami sportowymi, po uprzednim uzgodnieniu z Wykonawcą;
- trwałe dokumentowanie wszystkich działań promocyjnych, podejmowanych przez Wykonawcę za pomocą: wycinków prasowych, zdjęć, filmów itp.

[Dowód: akta kontroli str. 219-253]

Zgodnie z zawartymi umowami Wykonawcy zobowiązani byli do sporządzenia z realizacji zobowiązań dotyczących promocji miasta poprzez sport.

Ustalono, że każdy klub sportowy, z którym podpisano umowę na promocję miasta poprzez sport, zgodnie z terminem określonym w umowie po zakończeniu sezonu sportowego przedkładał do Zespołu Prasowo – Informacyjnego sprawozdanie z realizacji umowy. W sprawozdaniach przedstawiano realizację nałożonych na klub zobowiązań wynikających z umowy, np. w materiałach informacyjnych i publikacjach, a także na biletach i karnetach oraz zaproszeniach wydawanych przez Spółkę umieszczano herb miasta, na dwóch kompletach strojów sportowych na prawym rękawie umieszczono herb miasta, zawodnicy występowali w strojach na meczach wyjazdowych oraz w Ostrowcu Św. Na stronie internetowej „KSZO” SA umieszczono herb miasta oraz adres internetowy Urzędu. Na planszy sponsorskiej eksponowanej podczas konferencji prasowych i wywiadów umieszczano herb miasta Ostrowca Św. na wszystkich plakatach informacyjnych o meczach na terenie miasta umieszczany jest herb miasta. Do sprawozdań załączana jest dokumentacja w formie zdjęć.

W sprawozdaniu z promocji pływania zawarto informację, że zawodniczki i zawodnicy występowali w strojach sportowych w barwach klubowych z umieszczonym herbem miasta Ostrowca Św. Podczas zawodów pływackich na obiekcie był umieszczony baner promocyjny z herbem miasta oraz adresem internetowym Urzędu. Informacja o zawodach rozpowszechniana była w formie plakatów na terenie ostrowieckich placówek oświatowych, na obiektach Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji oraz w punktach handlowych. Na plakatach zamieszczony był herb miasta. Podczas każdej imprezy sportowej spikerzy informowali o pomocy uzyskiwanej przez Klub sportowy „KSZO” ze strony samorządu miejskiego.

[Dowód: akta kontroli str. 254-274]



Z ewidencji księgowej konta 201-5 Rozrachunki z odbiorcami i dostawcami wynika, że z tytułu promocji miasta Ostrowca Św. poprzez sport Gmina poniosła niżej wymienione wydatki:

2010 r. promocja poprzez:

- siatkówkę kobiet	-	122.000,00 zł,
- pływanie	-	29.999,80 zł,
- piłkę nożną	-	299.998,00 zł,

---

Ogółem - 451.997,80 zł.

I półrocze 2011 r. promocja poprzez:

- piłkę siatkową kobiet	-	61.500 zł,
- piłka nożna	-	61.500 zł,
- piłka ręczna mężczyzn	-	12.300 zł,
- pływanie	-	20.000 zł.

---

Ogółem - 155.300 zł

Zgodnie z zawartymi umowami Wykonawcy za zrealizowane zadania wystawili 19 faktur VAT. Każda z faktur została opisana, sprawdzona pod względem merytorycznym w zakresie legalności, celowości i gospodarności oraz zgodności z planem wydatków budżetu w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdziale 75075 promocja jednostek samorządu terytorialnego i § 4300 zakup usług pozostałych i podpisana przez Kierownika Biura Prezydenta Miasta. Sprawdzono faktury pod względem formalnym i rachunkowy. Faktury były zatwierdzone do wypłaty ze środków budżetowych działu 750, rozdziału 75075 i § 4300, przez Główną Księgową i Prezydenta Miasta.

[Dowód: akta kontroli str. 275-323]

Z zawartych umów z klubami sportowymi z terenu miasta Ostrowca Św. wynika, że głównym celem była promocja miasta. W umowach określono sposób, w jaki ma być promowane miasto, natomiast nie określono wymiernych efektów (korzyści) tak prowadzonej promocji.

Z wyjaśnienia Pani Anny Niedbały Kierownika Biura Prezydenta wynika, że *korzyści osiągnane przez Gminę Ostrowiec Świętokrzyski w związku z realizacją zadań z zakresu promocji miasta poprzez sport, to:*

- *konsekwentne budowanie marki Ostrowca Świętokrzyskiego jako „Miasta sportu i rekreacji”, która głównie utożsamiana jest w kraju z Klubem Sportowym KSZO (publikacje klubów sportowych oraz własne gminy w prasie i w innych materiałach promocyjnych, transmisje w TVP Sport czy magazynie Polska Siatkówka emitowanym w całym kraju w sieciach kablowych grupy Vectra),*
- *identyfikacja mieszkańców z miastem poprzez zbudowanie wizerunku miasta opartego na emocjach związanych z ostrowieckim sportem, który jest jego trwałym elementem historycznie wpisanym na stale w pejzaż kulturowy*
- *stworzenie bazy i klimatu do uprawiania sporu wśród młodych mieszkańców Ostrowca Świętokrzyskiego co przekłada się na osiągnane wyniki, a co za tym idzie na wizerunek*

miasta w kraju, a także na zdrowy i aktywny styl życia co ma przełożenie na zagospodarowanie i wykorzystanie obecnie i w przyszłości naszych obiektów

- inwestycja w kluby sportowe jako idealna promocja miejskich inwestycji i budowanej infrastruktury sportowej i nie tylko (Pływalnia, Hala Sportowo – Widowiskowa, boiska treningowe, „Orliki”, Ośrodek Rekreacyjno Wypoczynkowy Gutwin, powstające przy tym drogi, MOMP)
- stworzenie sprzyjającego klimatu do inicjatyw obywatelskich poprzez aktywne zaangażowanie środowiska sportowego – powstanie Stowarzyszenia Kibiców KSZO Ostrowiec Świętokrzyski
- stworzenie pozytywnego klimatu do odwiedzania naszego miasta, co przełożyło się na zdecydowany rozwój bazy hotelarskiej, a tym samym utworzenie nowych miejsc pracy (dwa nowe hotele: Hotel „Red”, „Pałac Tarnowskich”, rozbudowa istniejących – „Panorama”, „Gromada”), wzrost z wpływów podatkowych do budżetu miasta
- pozytywny wizerunek miasta stworzony i rozpowszechniany przez ogólnopolskie organizacje sportowe (m.in. Polski Związek Piłki Siatkowej, Polski Związek Pływacki, Polski Związek Piłki Nożnej), drużyny sportowe i zawodników uczestniczących w rozgrywkach sportowych w naszym mieście – idealna forma marketingu szeptanego, co ma przełożenie na ilość organizowanych w naszym mieście imprez o charakterze ogólnopolskim
- zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej miasta, czego dowodem jest lokalizacja restauracji Mc Donalds i McCafe w Ostrowcu Świętokrzyskim, co wydawało się niemożliwe przez wiele lat
- sprzedaż gruntów w sąsiedztwie Pływalni „Rawszczyzna”.

Pozostałe korzyści dotyczyły:

- zainteresowanie inwestorów gruntami pod inwestycje na terenie miasta – lokalizacja kilku nowych szwalni, budowa zakładu produkcyjnego firmy Weiss – nowe miejsca pracy, wzrost z wpływów podatkowych do budżetu miasta,
- budowanie pozytywnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców, tworzenie więzi oraz zbiorowej tożsamości w oparciu o lokalną historię i dokonania samorządu,
- tworzenie pozytywnego wizerunku Ostrowca Świętokrzyskiego jako miasta przyjaznego dla jego mieszkańców co ma przełożenie na zwiększone zainteresowanie młodych ludzi osiedlaniem się w naszym mieście i wiązanie się z nim poprzez zakup mieszkań bądź budowę domu – wzrost z tytułu podatków od nieruchomości, potencjalny wzrost liczby mieszkańców,
- budowanie pozytywnego wizerunku miasta wśród mieszkańców oraz na zewnątrz wśród partnerów i potencjalnych inwestorów,
- budowanie pozytywnego wizerunku miasta w oparciu o logo „Ostrowiec Świętokrzyski” jako miasta przyjaznego mieszkańcom, tworzenie więzi mieszkańców z miastem oraz uzupełnienie oferty inwestycyjnej,
- dokumentacja najważniejszych inwestycji ukazujących dynamiczny rozwój miasta w celu jego promocji oraz podniesienie atrakcyjności przygotowanej oferty inwestycyjnej,

- *przygotowanie rekwizytów promocyjnych miasta w celu prezentacji osiągnięć lokalnego środowiska artystycznego.*

[Dowód: akta kontroli str. 1138-1143]

#### **2.4. Zadania wykonywane przez jednostkę organizacyjną oraz przez jednostki zewnętrzne.**

W okresie objętym kontrolą Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej w ramach działań promocyjnych ujętych w Strategii realizował dwa cele strategiczne, tj. wzrost znaczenia gospodarczego miasta poprzez rozwój sektora MSP oraz wzrost inwestycji, wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta oraz jego znaczenia w kraju i zagranicą, w tym cztery cele szczegółowe, tj. wzrost zainteresowania inwestorów zewnętrznym inwestowaniem w mieście, poprawa skuteczności działań zachęcających inwestorów do lokalizowania inwestycji na terenie miasta, kreowanie pozytywnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców i na zewnątrz, umocnienie roli Ostrowca Św., jako centrum usług finansowo – gospodarczych, edukacyjnych, społecznych, kulturalnych, sportowo – rekreacyjnych, rozrywkowych, Cele strategiczne oraz cele szczegółowe zrealizowane są w ramach 28 zadań, tj. zbieranie i aktualizacja informacji o wolnych terenach inwestycyjnych w Gminie Ostrowiec Św., obsługa potencjalnych inwestorów, przygotowanie i zamieszczanie na stronach internetowych Urzędu ofert inwestycyjnych miasta, bieżące wyszukiwanie potencjalnych inwestorów, nawiązywanie kontaktów z inwestorami z poszczególnych branż: budowlanej, spożywczej, hotelarskiej, współpraca z organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców, instytucjami otoczenia biznesu, wykonanie multimedialnej prezentacji miasta w trzech językach, wykonanie folderów promocyjnych miasta, obsługa delegacji młodzieży z miast zaprzyjaźnionych, realizacja projektu pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie”, zakup sterowca, stoiska promocyjnego i namiotu promocyjnego, utworzenie portalu internetowego, wydanie płyty promocyjnej, gadżetów promocyjnych, udział w Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010, utworzenie informacji wewnętrznej, współorganizacja Pikniku Gombrowiczowskiego, udział w organizacjach pozarządowych LDG „Kamienny Krag”, Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego, współpraca zagraniczna, organizowanie wizyt miast partnerskich i zaprzyjaźnionych z Ostrowcem Św., organizacja lub współorganizacja spotkań, imprez promocyjnych, konkursów, a także zlecenie promocji miasta na tego typu imprezach: finałowa edycja Dużej Świętokrzyskiej Ligi Pływackiej oraz Zimowych Mistrzostw Okręgu Świętokrzyskiego, uroczystości z okazji XX-lecia samorządu terytorialnego, promocja miasta poprzez sport: piłkę nożną, siatkową kobiet, piłkę ręczną mężczyzn, zakup lub zlecenie wydawnictw promocyjnych: kalendarze na 2011 r., folder „Ostrowiec Św. Ku przyszłości”, wykonanie czterech tablic promujących Piknik Gombrowiczowski, Festiwal Bluesowo – Rockowy im. Miry Kubasińskiej, Pływalnię na

Rawszczyźnie oraz Ośrodek Sportowo – rekreacyjny na Butwinie, wykonanie dwóch banerów promocyjnych, publikowanie Informatora samorządowego w prasie lokalnej.

[Dowód: akta kontroli str. 112-197]

Lp.	Nazwa zadania	Sposób realizacji	Wydatki (zł)
<b>2010 r.</b>			
1.	Wykonanie folderów promocyjnych: „Investment areas In Ostrowiec Świętokrzyski” oraz „Investment Project being implemented In Ostrowiec Świętokrzyski”	Tłumaczenie i przygotowanie tekstu wykonane we własnym zakresie. Druk, skład zlecono firmie zewnętrznej	11.590,00
2.	Wykonanie prezentacji multimedialnej na płytach CD w języku niemieckim, angielskim i polskim	Odrębnie zlecono wykonanie projektu grafiki, odrębnie tłoczenie płyt CD	1.845,00
3.	Przygotowanie ofert inwestycyjnych dla przedsiębiorców	Zbieranie materiałów oraz opracowanie oferty przez pracowników Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej	Koszty własne
Zadania w ramach projektu Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – alternatywnie i aktywnie”.			
4.	Utworzenie portalu internetowego	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	22.448,00
5.	Wydanie płyty promocyjnej		21.045,00
6.	Wydanie przewodnika po mieście i okolicy	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	88.012,02
7.	Zakup indywidualnego stoiska promocyjnego z wyposażeniem	ALLMAX-Serwis Kraków	30.500
8.	Zakup sterowca promocyjnego	GD SOLUTION Skawina	45.016,78
9.	Współorganizacja VIII Pikniku Gombrowiczowskiego w 2010 r.: Plakaty, akcja plakatowa, ulotki, sterowiec promocyjny, przedstawienie teatralne, wystawa w Galerii Biura Wystaw Artystycznych, koncerty zespołów, nagłośnienie, wystawa fotograficzna, warsztaty teatralne, happening, czytanie Gombrowicza.	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	156.984,42
10.	Udział w Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010. Wykup miejsca 20 m <sup>2</sup>	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	24.135,60
11.	Utworzenie systemu informacji wewnętrznej – tablice i bilbordy stałe w Ostrowcu i okolicach.	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	87.008,56
12.	Reklama w prasie ogólnopolskiej	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	74.664,00
13.	Wydanie promocyjne na wybranych imprezach kulturalnych w Polsce:	HALO Agencja Reklamowa Łądek-Zdrój	40.589,45

	Festiwal „Las, Woda & Blues”, „Kozienalia” w Lublinie, Juwenalia w Warszawie, Piknik Country w Lesku, ulotki aktywnie		
14.	Zakup namiotu promocyjnego		6.500,00
15.	Reklama w stacjach radiowych	Firma zewnętrzna	25.925.
16.	Zawarcie umów z klubami sportowymi z terenu Ostrowca Św.	Kluby sportowe	451.997,80
17.	Uroczystości jubileuszowe związane z obchodami XX-Lecia samorządu terytorialnego	R.P ART. II Katowice	12.200
18.	Zakup lub zlecenie wykonania wydawnictw promocyjnych: Kalendarz na 2010 r. Folder „Ostrowiec Św. Ku przyszłości”	FINE GRAIN Najlepsze eleganckie wydawnictwa Kielce	9.851,50
19.	Zakup lub zlecenie wykonania rekwizytów promocyjnych: - statuetki mosiężne z herbem miasta, - notatniki, długopisy, smycze, plany miast, kubki ceramiczne, puzzle z widokiem Ostrowca Św., koszulki t-shirt, filiżanki ze spodeczkami, torby z nadrukiem	FH VIVA PSLUS Bytom, INFO PRO Olsztyn, Agencja Reklamowa GRAIN Kielce MKK Spółka z o.o. Golub-Dobrzyń,	6.420,00 2.122,80 2.806,00 5.673,00 9.345,20 5.477,80 7.612,80 7.978,80 1.354,20
20.	Publikacja artykułów promocyjnych w prasie	Media Regionalne Spółka z o.o.	1.000
	Wykonanie zdjęć lotniczych panoramy miasta		540,00
	Wykonanie obrazu olejnego przedstawiającego widok na kolegiatę pw. Św. Michała Archaniola	Firma zewnętrzna	1.401,00
2011 r. (I półrocze)			
21.	Wydanie albumu 150 szt. Stanisław Sudnik – fotografie	FINE GRAIN Najlepsze eleganckie wydawnictwa Kielce	3.780,00
22.	Zakup 300 szt. Albumów „Ziemia Ostrowiecka Skarby Kultury i Przyrody”	FINE GRAIN Najlepsze eleganckie wydawnictwa Kielce	12.600
23.	Wykonanie gadżetów w postaci reklamówek, smyczy, piłek antystresowych, notesów,	MI GRAF Studio Grafiki Użytkowej Ostrowiec Św. SUPERGIFT PROMOTION Leszno NOTEDECO Poznań MKK Spółka z o.o. Golub-Dobrzyń	2.644,50 4.157,40 5.719,50 9.421,80
24.	Promocja miasta w czasie imprez pływackich	Klub sportowy „KSZO”	14.000
25.	Promocja miasta przez sport: piłka nożna, siatkowa, ręczna	Kluby sportowe z Ostrowca Św.	43.050 6.000 18.450
26.			



. [Dowód: akta kontroli str. 1149-1154]

## 2.5. Monitorowanie działań promocyjnych.

Podstawowymi elementami monitoringu Strategii, wg przyjętej uchwały był monitoring społeczny, prowadzony w formie badań opinii społecznej, ankiety i sondaże. Natomiast dla wymiernej oceny stopnia celów strategicznych postanowiono wykorzystać system wskaźnikowego monitorowania strategii. Zgodnie z przyjętymi założeniami w Strategii postanowiono, dokonywać w ramach monitoringu przegląd celów i zadań strategicznych oraz postępów i trudności w realizacji strategii przez grupę społeczną – Forum Rozwoju Miasta, funkcjonującej przy Radzie Miasta.

Z wyjaśnienia Naczelnika Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej Pana Marka Nowaka wynika, że „*takim monitoringiem jest Audyt Zrównoważonego Rozwoju dokonany przez jednostkę ONZ – UNDP Umbrella (Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju). Wewnętrzny monitoring bieżący przeprowadzany jest corocznie przez Zespół Wspomagający*”.

. [Dowód: akta kontroli str. 1121-1123]

## 3.1. Efekty prowadzonych działań promocyjnych oraz przyjęte mierniki do oceny efektów działań promocyjnych.

Poniższe zestawienie przedstawia zrealizowane zadania promocyjne w 2010 r. oraz w I półroczu 2011 r. w ramach obowiązującej Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski. Przedstawionych 20 zadań realizowane były zarówno przez podmioty zewnętrzne jak i działania własne.

W strategicznych dokumentach nie określono efektów działań promocyjnych. Przedstawione efekty działań promocyjnych w poniższej tabeli zostały wykazane przez Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej i Biuro Prezydenta Miasta i dotyczyły konkretnych działań.

Tabela nr 1

Lp.	Przyjęte działania promocyjne (charakter, rodzaj materiałów)	Cel działania	Efekty działań promocyjnych		Uwagi
			Zakładane	Osiągnięte	
1.	Wykonanie folderów promocyjnych: „Investment areas In Ostrowiec Świętokrzyski” oraz „Investmen Project being implemented In Ostrowiec Świętokrzyski”	Dystrybucja oferty inwestycyjnej miasta podczas targów inwestycyjnych w MIPIM Cannes, EXPO REAL Monachium, wśród instytucji odpowiedzialnych za promocję gospodarczą Polski, obsługę inwestorów oraz WPHI polskich ambasadorów również inwestoro z którymi mieliśmy kontakt	„Zainteresowanie ofertą inwestycyjną miasta potencjalnych inwestorów, a w efekcie nabycie nieruchomości na terenie miasta przez podmioty zewnętrzne”	„Dostarczenie informacji gospodarczej do podstawowych instytucji odpowiedzialnych za promocję gospodarczą Polski oraz kontakt z obsługą inwestorów. Bezpośrednie przekazanie podczas rozmów z inwestorami folderów prezentującą ofertę	

				inwestycyjną miasta. Nawiązanie kontaktów".	
2.	Wykonanie prezentacji multimedialnej na płytach CD w języku niemieckim, angielskim i polskim	Dystrybucja oferty inwestycyjnej miasta, promocja miasta. Podstawowa informacja gospodarcza o mieście.	„Zainteresowanie ofertą inwestycyjną miasta potencjalnych inwestorów, a w efekcie nabycie nieruchomości na terenie miasta przez podmioty zewnętrzne”	j.w.	
3.	Udział w międzynarodowych targach inwestycyjnych MIPIM Cannes 2010	Promocja miasta wobec zagranicznych inwestorów	„Pozyskanie potencjalnych inwestorów i promocja miasta”.	„Promocja miasta podczas międzynarodowych targów, rozmowy z potencjalnymi inwestorami, dostarczenie bezpośrednio oferty inwestycyjnej miasta do osób odpowiedzialnych za rozwój firmy. Zdobywanie wiedzy na temat inwestorów, ich potrzeb, a także nabycie doświadczenia, jak organizować udział w targach. Bezpośredni kontakt z osobami odpowiedzialnymi za obsługę inwestorów w Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych”.	
4.	Wyjazd na światową wystawę EXPO 2010 oraz targi SIAL w Szanghaju w Chinach	Promocja miasta wobec zagranicznych inwestorów	„Pozyskanie potencjalnych inwestorów i promocja miasta”	j.w	
5.	XX Forum Ekonomiczne w Krynicy	Promocja miasta wobec zagranicznych i krajowych inwestorów	„Pozyskanie potencjalnych inwestorów i promocja miasta”.	„Promocja miasta podczas międzynarodowego forum, rozmowy z potencjalnymi inwestorami, dostarczenie bezpośrednio oferty inwestycyjnej miasta do osób odpowiedzialnych za rozwój firmy. Możliwość rozmowy z menagerami firm.	

				Zdobycie wiedzy nt. inwestorów, ich potrzeba a także nabycie doświadczenia".	
6.	Międzynarodowe targi inwestycyjne EXPO REAL 2010.	Promocja miasta wobec zagranicznych inwestorów	„Pozyskanie potencjalnych inwestorów i promocja miasta”.	Podobnie jak w punkcie 3 tabeli.	
7.	Realizacja projektu Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie”	Promocja miasta jako centrum wypadowego w pobliście atrakcje turystyczne regionu. Promocja oferty sportowej i rekreacyjnej miasta. Promocja dwóch imprez związanych z miastem: Piknik Gombrowiczowski oraz Festiwal Bluesowo-Rockowy „Wielki Ogień”	Przyciągnięcie turystów oraz uczestników imprez Piknik Gombrowiczowski oraz Festiwal Bluesowo-Rockowy „Wielki Ogień”, pozyskanie klientów gotowych korzystać z bazy sportowej i rekreacyjnej miasta	Wzrost liczby działań promocyjnych służących wzbogacaniu dotychczasowej oferty turystycznej. W 2010 r. było dziewięć takich wydarzeń. Wzrost liczby osób korzystających z produktów turystycznych ponad 51 tys. osób w 2010 r. ponad 60 tys. w 2011 r. Wzrost liczby turystów korzystających z systemu informacji turystycznej do 100 tys. w 2010 r. zaś w 2011 do 120 tys.	
8.	Promocja inwestycyjna miasta wobec inwestorów z branży szwalniczej, w związku z likwidacją zakładu „Sopolfam”	Po likwidacji w 2009 r. zakładu „Sopolfam” rozpoczęto poszukiwania i próby pozyskania inwestorów, którzy choćby w części zatrudnili zwolniny personel. Ponadto jedną z gałęzi w gospodarce miasta jest produkcja odzieży.	Pozyskanie inwestora wielkości dotychczasowego, zainteresowanego przejęciem likwidowanej spółki. Pozyskanie mniejszych firm dających zatrudnienie szwaczkom. Promocja miasta wśród inwestorów.	Pozyskanie pięciu nowych inwestorów z branży szwalniczej firma „Le Secret” z Kłodzka, wyspecjalizowana w produkcji ekskluzywnej bielizny damskiej oraz w imporcie i dystrybucji materiałów i surowców do produkcji bielizny, uruchomiła w Ostrowcu Św. szwalnię przyjmując część załogi zlikwidowanego „Sopolfam”. Obecnie zatrudnia 56 osób. Firma „Matar” z Będzina w nowej szwalni zatrudniła 50 osób. Spółka „Modex” ze Starachowic w szwalni zatrudniła	

				18 osób. Nowopowstająca firma „La Noble zatrudni 22 osoby. Łącznie stworzono 178 miejsc pracy. Promocja gospodarcza miasta w związku z pojawieniem się nowych szwalni.	
9.	Pozyskanie inwestora zagranicznego full assistance. W standardzie Urzędu jest kompleksowa obsługa inwestorów. W styczniu 2010 r. rozpoczęto rozmowy z duńskim investorem Weiss A/S projektującym i produkującym urządzenia do wytwarzania OZE	Zachęcenie inwestora aby zainwestował w Ostrowcu Św. a nie w konkurencyjnych samorządach z Morawicy, Starachowic, Iłży, Szczecina lub Polic.	Pozyskanie inwestora z kapitałem zagranicznym, który może zatrudnić 150 osób, wybudować hale o powierzchni 17 tys m <sup>2</sup> wraz z budynkami socjalno-biurowymi	Pozyskany inwestor	
10.	Pomoc lokalnej firmie z planowaną inwestycją	Zrobić wszystko aby inwestycja doszła do skutku.	Budowa nowej hali produkcyjnej o powierzchni 2.500 m <sup>2</sup> przewidywane zatrudnienie dziewięć osób.	Pozyskanie zatrudnienia dla dziewięciu osób.	
11.	Pozyskanie inwestora i obsługa inwestora z branży budowlanej	Zrobić wszystko aby firma zainwestowała w Ostrowcu Św.	Budowa zakładu produkcji kostki brukowej zatrudnienie 30 osób.	Inwestor wycofał się	
12.	Pozyskanie inwestorów i obsługa firm z branży call center (3), budowlanej (2), przetwórczej, metalowej i maszynowej, itd.	Pozyskanie nowych inwestorów	Nowe miejsca pracy, nowe zakłady.	Projekty obecnie zawieszono. Wiąże się to z obecną koniunkturą gospodarczą.	
13.	Wyszukiwanie potencjalnych inwestorów poprzez wysyłanie ofert inwestycyjnych	Po analizie i monitoringu gospodarczym przyjęto katalog firm, które mogą planować inwestycje w Polsce. Oferty wysłano do 11 firm	Pozyskanie nowych inwestorów, promocja miasta.	Spośród wysłanych ofert, najczęściej inwestorów odpowiedziało z Niemiec. Firmy informowały, iż na razie nie planują inwestycji w Polsce.	
14.	Wyszukiwanie potencjalnych inwestorów poprzez mailing ofert inwestycyjnych	Po analizie i monitoringu gospodarczym przyjęto katalog firm, które mogą planować inwestycje w Polsce np. Konkret, Call One,	Pozyskanie nowych inwestorów, promocja miasta	Poinformowano firmy o możliwości inwestycji, zakupie działek, hal w Ostrowcu Św.. Osiągnięto: promocja	

		OEX, CCP Poland, Lotte, BASF, itd.		inwestycyjna miasta.	
15.	Wyszukiwanie potencjalnych inwestorów poprzez kontakt telefoniczny.	Po analizie i monitoringu gospodarczym przyjęto katalog firm, które mogą planować inwestycje w Polsce np. Henkel, ITG Solar, Can-Pack, Muller, Maspepex, itd.	Pozyskanie nowych inwestorów, promocja miasta	Bezpośrednia rozmowa z osobami odpowiedzialnymi za rozwój firmy.	
16.	Zawarcie umów z klubami sportowymi z terenu Ostrowca Św.	Promocja miasta poprzez sport: piłkę nożną, piłkę siatkową kobiet, piłkę ręczną mężczyzn oraz pływanie	Konsekwentne budowanie wizerunku Ostrowca Świętokrzyskiego jako „Miasta sportu i rekreacji” w celu stworzenia sprzyjającego klimatu do życia i zakładania rodzin w mieście, pobudzania aktywności społecznej mieszkańców, zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej miasta co ma mieć przełożenie na wpływy z tytułu podatków do budżetu miasta	„Zwiększone zainteresowanie mieszkańców zakupem nowych mieszkań bądź budową domów - pojawienie się nowych inwestycji (Zakład Produkcyjny Weiss, nowe szwalnie, powstanie restauracji McCaffe) - zwiększone wpływy do budżetu z tytułu podatków - aktywna działalność Stowarzyszenia Klubu Kibiców KSZO”	
17.	Uroczystości jubileuszowe związane z obchodami XX-Lecia samorządu terytorialnego	Promocja miasta	Budowanie pozytywnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców, tworzenie więzi oraz zbiorowej tożsamości w oparciu o lokalną historię i dokonania samorządu	Liczne publikacje i materiały podsumowujące 20 – letnią historię ostrowieckiego samorządu	
18.	Zakup lub zlecenie wykonania wydawnictw promocyjnych: Kalendarz na 2010 r. Folder „Ostrowiec Św. Ku przyszłości”	Promocja miasta	Budowanie pozytywnego wizerunku miasta wśród mieszkańców oraz na zewnątrz wśród partnerów i potencjalnych inwestorów	Pozyskanie nowych inwestorów (Zakład Produkcyjny Weiss, nowe szwalnie, powstanie restauracji McCaffe)	
19.	Zakup lub zlecenie wykonania rekwizytów promocyjnych: - statuetki mosiężne z herbem miasta, - notatniki, długopisy, smycze, plany miast, kubki	Promocja miasta	Budowanie pozytywnego wizerunku miasta w oparciu o logo „Ostrowiec Świętokrzyski” jako miasta przyjaznego mieszkańcom, tworzenie więzi	Wykorzystywane przy prezentacji oferty inwestycyjnej przy rozmowach z inwestorami	

	ceramiczne, puzzle z widokiem Ostrowca Św., koszulki t-shirt, filiżanki ze spodeczkami		mieszkańców z miastem oraz uzupełnienie oferty inwestycyjnej		
20.	Publikacja artykułów promocyjnych w prasie	Promocja miasta	Prowadzenie polityki informacyjnej w celu prezentacji mieszkańcom prowadzonych na bieżąco działań	Zwiększona świadomość mieszkańców co potwierdzają spotkania z prezydentem oraz zebrania sprawozdawcze Rad Osiedlowych	
21.	Wykonanie zdjęć lotniczych panoramy miasta	Promocja miasta	Dokumentacja najważniejszych inwestycji ukazujących dynamiczny rozwój miasta w celu jego promocji oraz podniesienie atrakcyjności przygotowanej oferty inwestycyjnej	Duże zainteresowanie oraz pozytywny oddźwięk ze strony mieszkańców oraz zewnętrznych gremiów, materiały wykorzystywane do promocji inwestycji w mediach lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich, wykorzystywane jako załącznik do prezentowanej oferty inwestycyjnej podczas rozmów z inwestorami	
22.	Wykonanie obrazu olejnego przedstawiającego widok na kolegiatę pw. Św. Michała Archanioła	Promocja miasta	Przygotowanie rekvizytu promocyjnego miasta w celu prezentacji osiągnąć lokalnego środowiska artystycznego	W trakcie realizacji	

[Dowód: akta kontroli str. 1149-1154]

Z wyjaśnienia Naczelnika Wydziału Rozwoju I Promocji Gospodarczej Pana Marka Nowaka wynika, że oceny efektywności działań promocyjnych były wykorzystywane do modyfikacji działalności. Wyjaśniający stwierdził, że „np. wysyłając oferty inwestycyjne do inwestorów wiązało się z kosztami przesyłki, ponadto wydłużało czas korespondencji. W wielu przypadkach nie było zwrotnej odpowiedzi. W toku pracy stwierdzono, że najlepiej kontaktować się za pomocą poczty elektronicznej. Natomiast tradycyjną drogą pocztową odpowiadać tylko w poważnych przypadkach. Kontakt mailowy jest znacznie szybszy i tańszy. Również w toku działań promocyjnych stwierdziliśmy, że podczas udziału w targach lepiej jest prezentować potencjalnym inwestorom materiały w wersji elektronicznej np. płyta CD, pamięć USB flash. Przy okazji takich imprez lepiej jest posługiwać się mniejszą ilością



*materiałów drukowanych, gdyż obecnie mniej chętnych z nich korzysta z uwagi na objętość i wagę.*”

[Dowód: akta kontroli str. 1121-1123]

**3.3.** Działalność promocyjna Gminy Ostrowiec Św. wpisuje się w następujące kierunki działania, określone w *Strategii*:

- wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta oraz jego znaczenia w kraju i za granicą,
- kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku miasta oraz jego znaczenia zagranicą,
- upowszechnianie aktywnych i bezpiecznych form spędzania czasu wolnego przez mieszkańców,
- wzrost zainteresowania inwestorów zewnętrznych inwestowaniem w mieście,
- zwiększenie skuteczności Urzędu w zakresie przekazywania informacji związanych z działalnością organów gminy.

Z wyjaśnienia Naczelnika Rozwoju I Promocji Gospodarczej Pana Marka Nowaka wynika, że *podejmowane działania promocyjne były spójne z innymi przedsięwzięciami. I tak działania promocyjne wynikają ze Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy. W pierwszej kolejności inwestorom oferowaliśmy miejsca i działki, budynki objęte Miejskim Planem Zagospodarowania Przestrzennego np. na terenie Starego Zakładu. Byliśmy także inicjatorami tworzenia nowych planów w celu zgromadzenia arealu gruntu przeznaczonego dla inwestycji sektora prywatnego i objęcia tego obszaru Miejskim Planem Zagospodarowania Przestrzennego dla terenu wyznaczonego ul. Rudzką i Samsonowicza. Prowadzimy działania zachęcające do do przyjscia inwestorów, ale żeby te działania były skuteczne musimy przygotować Miejskie Plany Zagospodarowania Przestrzennego i tereny inwestycyjne. Przyjęty program pomocy dla inwestorów wynika ze Strategii. Zajęliśmy się również jego promocją, co także jest zapisane w dokumencie – stworzenie systemu zachęt i jego promocja.*”

[Dowód: akta kontroli str. 1121-1123]

#### **4.1. Czy wyboru innych podmiotów dokonywano zgodnie z ustawą pzp.**

Zgodnie z ustaleniami zawartymi w punkcie 2.3 niniejszego protokołu kontroli, kontrolujący szczegółowej analizie poddał dwa zamówienia realizowane w ramach promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez sport, tj. zamówienie dotyczące promocji przez „KSZO” Sportową Spółkę Akcyjną w zakresie piłki nożnej mężczyzn oraz Klub Sportowy „KSZO” w Ostrowcu Św. w zakresie piłki nożnej, piłki ręcznej mężczyzn i pływania.

W dniu 17 grudnia 2009 r. Zespół Prasowo – Informacyjny wystąpił do Prezydenta Miasta o wyrażenie zgody na przeprowadzenie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w formie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem będzie promocja miasta Ostrowca Św. poprzez sport – piłkę nożną w okresie styczeń – czerwiec 2010 r. Wartość przetargu wynosić będzie 150.000 zł brutto, płatne ze środków Zespołu Prasowo –

Informacyjnego. Również 18 stycznia 2010 r. wystąpiono do kierownika Referatu Przetargów i Zamówień Publicznych o przeprowadzenie powyższego postępowania przetargowego.

**[Dowód: akta kontroli str. 324-325]**

W dniu 20 stycznia 2010 r. zamieszczono w Biuletynie Zamówień Publicznych ogłoszenie o zamówieniu publicznym pn. promocja miasta Ostrowca Św. poprzez sport – piłkę nożną. W ogłoszeniu określono przedmiot zamówienia oraz jego wielkość. Wskazano, że wykonawcą usługi może być tylko zespół, który będzie uczestniczył w pierwszoligowych rozgrywkach piłki nożnej w rundzie wiosennej sezonu 2009/2010. Termin zamówienia w okresie od dnia następnego po podpisaniu umowy do dnia 20 czerwca 2010 r. Za kryterium oceny przyjęto najniższą cenę -100%.

**[Dowód: akta kontroli str. 326-334]**

W dniu 27 stycznia 2010 r. Prezydent Miasta działając na podstawie § 1 zarządzenia nr 1/232/2004 z dnia 4 maja 2004 r. w sprawie zasad powoływania i prac Komisji Przetargowej, powołał do przeprowadzenia postępowania przetargowego, którego przedmiotem jest promocja miasta Ostrowca Św. poprzez sport – piłkę nożną, czteroosobową Komisję przetargową.

**[Dowód: akta kontroli str. 335]**

W dniu 19 stycznia 2010 r. Prezydent Miasta zatwierdził Specyfikację istotnych warunków zamówienia, udostępnioną na stronie internetowej Urzędu. Specyfikacja zawierała wszystkie elementy dla realizowanego zamówienia określone w art. 36 ustawy Prawo zamówień publicznych.

W Specyfikacji zapisano, że przedmiotem zamówienia jest świadczenie na rzecz Gminy usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Św. poprzez sport. Zakres zamówienia obejmował:

- umieszczenie nadruku herbu miasta Ostrowca Św. we wszystkich materiałach informacyjnych i publikacjach wydawanych przez Wykonawcę w związku z organizowaniem rozgrywek piłkarskich, zaproszeniach na mecze, plakatach informujących o terminach rozgrywek, biletach, karnetach, materiałach prasowych. Natomiast w przypadku innych materiałów reklamowych Wykonawcy związanych z działalnością Klubu – po uzgodnieniu stron z zachowaniem formy pisemnej;
- umieszczenie nadruku herbu i nazwy miasta Ostrowca Św. na prawym rękawie koszulek klubowych zawodników, w których będą występować podczas rozgrywek, treningów oraz turniejów z udziałem zespołu (termin wykonania nadruku do 14 dni od daty podpisania umowy);
- umieszczanie herbu, logo miasta Ostrowca Św. oraz adresu internetowego Urzędu Miasta wraz z linkiem na stronie internetowej Wykonawcy w okresie obowiązywania umowy, w miejscu wskazanym przez Zamawiającego;

- umieszczenie herbu z nazwą miasta Ostrowca Św. na tzw. planszy sponsorskiej, eksponowanej podczas wszystkich konferencji prasowych, organizowanych przez wykonawcę;
- czynne uczestnictwo wykonawcy, na wniosek zamawiającego, w organizowanych przez Gminę wydarzeniach promocyjnych;
- udostępnianie zamawiającemu dla celów promocyjnych miasta informacji o działalności Wykonawcy, możliwość posługiwania się jego nazwą, znakami graficznymi, wizerunkami zawodników oraz ich osiągnięciami sportowymi, po uprzednim uzgodnieniu z Wykonawcą;
- trwałe dokumentowanie wszystkich działań promocyjnych, podejmowanych przez Wykonawcę za pomocą: wycinków prasowych, zdjęć, filmów itp.

W Specyfikacji zapisano, że Wykonawcą tej usługi może być tylko zespół, który będzie uczestniczył w pierwszoligowych rozgrywkach piłki nożnej w rundzie wiosennej sezonu 2009/2010.

Termin zamówienia – w okresie od dnia podpisania umowy do 20 czerwca 2010 r.

W Specyfikacji opisano warunki udziału w postępowaniu oraz opisano sposób dokonywania oceny spełnienia tych warunków.

Sporządzono wykaz oświadczeń i dokumentacji, jakie mają być dostarczone przez wykonawców. Zamieszczono informacje o sposobie porozumiewania się zamawiającego z wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów, osoby uprawnione do kontaktu. Podano adres poczty elektronicznej i strony internetowej zamawiającego. Określono sposób przygotowania oferty. Podano miejsce oraz termin składania i otwarcia ofert – 28 stycznia 2010 r. godz. 9.30 Urząd miasta w Ostrowcu Św. Podano sposób obliczania ceny. Podano informacje o formalnościach, jakie powinny zostać spełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy. Integralną częścią umowy wzór kwestionariusza ofertowego i wzór umowy.


**[Dowód: akta kontroli str. 336-350]**

W terminie określonym w Siwz wpłynęła jedna oferta (27 stycznia 2010 r.) złożona przez „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna w Ostrowcu Świętokrzyskim. Oferta była ważna, zawierała wszystkie elementy określone w Specyfikacji.

W kwestionariuszu ofertowym na promocję miasta Ostrowca Św. poprzez sport zaproponowano cenę za wykonanie oferty 122.950 zł plus podatek VAT 22%, tj. 27.049 zł. Cena brutto wyniosła 149.999 zł. Określono termin wykonania zamówienia do 20 czerwca 2010 r.

**[Dowód: akta kontroli str. 351-365]**

Z protokołu postępowania o udzieleniu zamówienia (ZP-2) wynika, że wartość zamówienia ustalono na kwotę 122.951 zł, co stanowiło równowartość 32.027 euro. Ustalenia wartości zamówienia dokonano w dniu 18 stycznia 2010 r. na podstawie szacunku



zamawiającego. Postępowanie przeprowadzono w trybie przetargu nieograniczonego. Do upływu terminu złożono jedną ofertę, spełniającą warunki udziału w postępowaniu. Na podstawie streszczenia oceny wybrano ofertę „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna w Ostrowcu Świętokrzyskim. Umowa w sprawie zamówienia publicznego została zawarta w dniu 11 lutego 2010 r.

Z druku ZP-11 wynika, że uczestnicy postępowania przetargowego złożyli oświadczenie zgodne z art. 17 ustawy Prawo zamówień publicznych. Sporządzono na druku ZP-12 zbiorcze zestawienie ofert oraz na druku ZP17 informację o spełnieniu przez wykonawcę warunków udziału w postępowaniu prowadzonym w trybie przetargu nieograniczonego. Na druku ZP-21 sporządzono streszczenie oceny i porównania oferty.

**[Dowód: akta kontroli str. 366-379]**

W dniu 26 lutego 2010 r. zamieszczono ogłoszenie o udzieleniu zamówienia publicznego w Biuletynie Zamówień Publicznych.

**[Dowód: akta kontroli str. 380-385]**

W dniu 11 lutego 2010 r. Prezydent Miasta Ostrowca Św. w imieniu Gminy Ostrowiec Św., zwany dalej Zamawiającym, podpisał z „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna zwaną dalej Wykonawcą umowę, którego zespół będzie uczestniczył w pierwszoligowych rozgrywkach piłki nożnej w rundzie wiosennej sezonu 2009/2010 na świadczenie usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Św. poprzez sport. Zapisany w umowie przedmiot zlecenia jest zgodny z przedmiotem zamówienia określonym w Siwz i ofercie złożonej przez „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna

Strony umowy ustaliły, że za wykonanie przedmiotu umowy Wykonawca otrzyma wynagrodzenie w wysokości 149.999,00 zł brutto, w tym podatek VAT 22%, tj. 27.049,00 zł przelewem na rachunek bankowy Wykonawcy. Postanowiono, że w terminie siedmiu dni od podpisania umowy Zamawiający wypłaci Wykonawcy zaliczkę na poczet wynagrodzenia w wysokości 70%. Zaliczka ma być wypłacona na podstawie faktury zaliczkowej wystawionej przez Wykonawcę do dnia 16 lutego 2010 r. Warunkiem zapłaty pozostałej kwoty wynagrodzenia jest należyte wykonanie przedmiotu zamówienia oraz dostarczenie do 20 czerwca 2010 r. sprawozdania z realizacji zobowiązań dotyczących promocji miasta przez sport.

Nie przekazanie w terminie sprawozdania lub braku akceptacji ze strony Zamawiającego, stanowi podstawę do zwrotu przez Wykonawcę wynagrodzenia wypłaconego w formie zaliczki i odmowy wypłaty pozostałej części wynagrodzenia.

W umowie ustalono, że Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku rezygnacji przez Wykonawcę z udziału w rozgrywkach piłkarskich w trakcie rundy wiosennej w sezonie 2009/2010.

Umowę w imieniu Zamawiającego podpisał Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński.



Postanowienia umowy są zgodne z warunkami określonymi w Specyfikacji i ofercie złożonej przez „KSZO” Sportową Spółkę Akcyjną.

**[Dowód: akta kontroli str. 219-237]**

Rozliczenie środków finansowych z tytułu zawartej umowy z „KSZO” Sortowa Spółka Akcyjna przedstawiono w punkcie 2.3. niniejszego protokołu. Ostatecznego rozliczenia Urząd dokonał po przedstawieniu sprawozdania z realizacji umowy zawartej w dniu 11 lutego 2010 r.

**[Dowód: akta kontroli str. 275-323]**

W dniu 6 kwietnia 2011 r. Kierownik Biura Prezydenta Miasta p. Anna Niedbała wystąpiła z pismem do Prezydenta Miasta o wyrażenie zgody na przeprowadzenie postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w formie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem będzie promocja miasta Ostrowca Św. poprzez sport – pływanie, piłkę nożną oraz piłkę ręczną mężczyzn. W piśmie podano wartość przetargu w ogólnej kwocie 98.000 zł (pływanie – 20.000 zł, piłka nożna 65.000 zł, piłka ręczna 13.000 zł). Również w dniu 8 kwietnia 2011 r. Kierownik Biura Prezydenta Miasta p. Anna Niedbała wystąpiła z pismem do Kierownika Referatu Przetargów i Zamówień Publicznych w Urzędzie o przeprowadzenie ww. postępowania w zakresie promocji miasta przez sport.

**[Dowód: akta kontroli str. 386-389]**

W dniu 11 kwietnia 2011 r. w Biuletynie Zamówień Publicznych zamieszczono ogłoszenie, które dotyczyło zamówienia publicznego i zawarcia umowy ramowej. Zamawiającym była Gmina Ostrowiec Św. Przedmiotem zamówienia była „Promocja miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez Sport – piłkę nożną, piłkę ręczną oraz pływanie”. W ogłoszeniu określono przedmiot zamówienia oraz zakres zamówienia. W ogłoszeniu podano, że termin składania ofert mija z dniem 19 kwietnia 2011 r. godz. 9.30.

**[Dowód: akta kontroli str. 390-400]**

W dniu 11 kwietnia 2011 r. została zatwierdzona przez Prezydenta miasta Specyfikacja istotnych warunków zamówienia na promocję miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez Sport – piłkę nożną, piłkę ręczną oraz pływanie. W Specyfikacji w sposób szczegółowy określono przedmiot zamówienia, termin wykonania zamówienia, opis warunków udziału w postępowaniu oraz sposobu dokonywania oceny spełnienia tych warunków, wymagania dotyczące wskazania w ofercie części zamówienia, których wykonanie wykonawca powierzy podwykonawcy, wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają być dostarczone przez wykonawców w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu, zawarto informację o sposobie porozumiewania się zamawiającego z wykonawcami. W Specyfikacji wskazano adres poczty internetowej. Zamawiający nie żądał wpłaty wadium. Termin związania ofertą wyznaczono na 30 dni. W sposób szczegółowy dokonano opisu przygotowania oferty. Miejscem składania ofert wyznaczono Biuro Obsługi Interesanta w Urzędzie miasta w terminie do dnia 19 kwietnia 2011 r. do godziny

9.30. Otwarcie ofert z udziałem wykonawców dokona Komisja przetargowa w dniu 19 kwietnia 2011 r. o godzinie 10.00. Zapisano, że oferta będzie oceniana w kryterium „Cena ofertowa – waga kryterium – 100%”. W Specyfikacji zawarto informację dotyczącą formalności, jakie powinny zostać spełnione po wyborze oferty w celu zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego. Do Specyfikacji załączono: wzór kwestionariusza ofertowego i umowy.

**[Dowód: akta kontroli str. 401-423]**

W dniu 18 kwietnia 2011 r. Prezydent Miasta powołał czteroosobową Komisję Przetargową do przeprowadzenia postępowania przetargowego w zakresie promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez Sport – piłkę nożną, piłkę ręczną oraz pływanie.

**[Dowód: akta kontroli str. 424]**

W dniu 14 kwietnia 2011 r. „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna złożyła kwestionariusz ofertowy na promocję miasta Ostrowca Św. poprzez sport, jako zadanie I – piłka nożna wskazując cenę ofertową 61.500 zł, w tym 23% VAT – 11.150 zł.

W dniu 19 kwietnia 2011 r. kwestionariusz ofertowy złożył Klub Sportowy „KSZO” Ostrowiec Św. na zadanie numer II piłka ręczna i zadanie numer III pływanie. Wskazując cenę ofertową na zadanie numer II piłka ręczna -12.300 zł, w tym podatek VAT 23%, tj. 2.300 zł oraz na zadanie nr III pływanie wskazano cenę ofertową 20.000 zł, w tym podatek VAT 23%, tj. 3.739,84 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 425-448]**

Z protokołu postępowania w trybie przetargu nieograniczonego (druk ZP-PN), dotyczącego zamówienia publicznego – umowy ramowej wynika, że bezpośrednio przed otwarciem ofert zamawiający podał kwotę, jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, tj. ogółem 98.000 zł. Do upływu terminu składania ofert wpłynęły trzy oferty, po jednej na każde zadanie. Jako najkorzystniejszą ofertę wybrano dla zadania numer I – „KSZO” Sportowa Spółka Akcyjna” oraz dla zadania nr II i III Klub Sportowy „KSZO” Ostrowiec Św.

W ramach postępowania przetargowego jego uczestnicy złożyli oświadczenia wymagane art. 17 ustawy prawo zamówień publicznych.

**[Dowód: akta kontroli str. 449-462]**

W dniu 18 maja 2011 r. w Biuletynie Zamówień Publicznych zawarto ogłoszenie o udzieleniu zamówienia publicznego w zakresie promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez sport – piłkę nożną, piłkę ręczną oraz pływanie.

**[Dowód: akta kontroli str. 463-4671]**

W dniu 20 kwietnia 2011 r. Gmina, po przeprowadzeniu postępowania w trybie przetargu nieograniczonego, zawarła umowę nr UM/325/W/UB/281/ZPI/4/2011 z „KSZO” Sportową Spółką Akcyjną w Ostrowcu Św. o treści: „wykonawca, którego zespół będzie uczestniczył w pierwszoligowych rozgrywkach piłki nożnej w sezonie 2010/2011 w rundzie



wiosennej zobowiązuje się w okresie od dnia następnego po podpisaniu niniejszej umowy do dnia 20 czerwca 2011 r. świadczyć na rzecz Zamawiającego usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez sport". W umowie strony określiły, że przedmiot niniejszej umowy będzie realizowany w identyczny sposób, jak w umowie zawartej z Gminą w dniu 11 lutego 2010 r. opisaną powyżej w tym punkcie protokołu kontroli.

Za wykonanie przedmiotu umowy Wykonawca otrzyma wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości 50.000 zł netto plus podatek VAT wg stawki, 23% czyli 11.500 zł, łącznie 61.500 zł brutto. W umowie zapisano, że w terminie siedmiu dni, licząc od daty podpisania umowy, Zamawiający wypłaci Wykonawcy zaliczkę na poczet wynagrodzenia 70% kwoty określonej w umowie, niezbędnej do realizacji przedmiotu umowy w części dotyczącej przygotowania koszulek ligowych zawodników oraz przygotowania tzw. planszy sponsorskiej. Warunkiem wypłaty pozostałej części wynagrodzenia jest należyte wykonanie przedmiotu umowy oraz dostarczenie Zamawiającemu do dnia 25 czerwca 2011 r. sprawozdania z realizacji zobowiązań wynikających z umowy.

W umowie ustalono, że Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku rezygnacji przez Wykonawcę z udziału w rozgrywkach piłkarskich w trakcie rundy wiosennej w sezonie 2010/2011..

Umowę w imieniu Zamawiającego podpisał Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński.

**[Dowód: akta kontroli str. 238-253]**

W dniu 6 maja 2011 r. Gmina, po przeprowadzeniu postępowania w trybie przetargu nieograniczonego, zawarła umowę nr UM/347-W/UB/135/281/ZPI/5/2011 z Klubem Sportowym „KSZO” w Ostrowcu Św. o treści: „wykonawca, którego zespół będzie uczestniczył w drugoligowych rozgrywkach piłki ręcznej w sezonie 2010/2011 w rundzie wiosennej zobowiązuje się w okresie od dnia następnego po podpisaniu niniejszej umowy do dnia 30 maja 2011 r. świadczyć na rzecz Zamawiającego usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego poprzez sport". Przedmiot zamówienia w umowie był zgodny z przedmiotem zamówienia opisanym w Siwz i złożonej ofercie.

Wysokość wynagrodzenia za wykonanie przedmiotu umowy była zgodna z wynagrodzeniem określonym w ofercie Wykonawcy, tj. 10.000 zł plus podatek VAT wg stawki 23%, 2.300 zł, łącznie 12.300 zł

W umowie ustalono, że Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku rezygnacji przez Wykonawcę z udziału w rozgrywkach piłkarskich w trakcie rundy wiosennej w sezonie 2010/2011..

Umowę w imieniu Zamawiającego podpisał Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński.

**[Dowód: akta kontroli str. 258-253]**



W dniu 4 maja 2011 r. Gmina, po przeprowadzeniu postępowania w trybie przetargu nieograniczonego, zawarła umowę nr UM/347-W/UB/135/281/ 5/2011 z Klubem Sportowym „KSZO” w Ostrowcu Św. o treści: „Wykonawca, którego zawodnicy będą uczestniczyć w zawodach pływackich wymienionych poniżej, w okresie od dnia następnego po podpisaniu umowy do 30 maja 2011 r. świadczyć na rzecz Zamawiającego usługi w zakresie promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego przez sport. Zawodnicy Wykonawcy uczestniczyć będą w zawodach pływackich: Mała Liga Świętokrzyska, Letnie Mistrzostwa Okręgu Świętokrzyskiego, Ogólnopolskie Zawody Dzieci, Drużynowe Mistrzostwa Młodzików, Grand Prix Polski – Puchar Polski oraz Główne Mistrzostwa Polski Seniorów i Młodzieżowców. Przedmiot zamówienia w umowie był zgodny z przedmiotem zamówienia opisanym w Siwz i złożonej ofercie.

Strony umowy ustaliły, że za wykonanie przedmiotu umowy Wykonawca otrzyma wynagrodzenie ryczałtowe w wysokości 16.260,16 zł plus podatek VAT wg stawki 23%, tj. 3.739,84 zł, łącznie 20.000 zł. W umowie zapisano, że w terminie siedmiu dni, licząc od daty podpisania umowy, Zamawiający wypłaci Wykonawcy zaliczkę na poczet wynagrodzenia 70% kwoty określonej w umowie, niezbędnej do realizacji przedmiotu umowy w części dotyczącej przygotowania koszulek ligowych zawodników oraz przygotowania tzw. planszy sponsorskiej.

W umowie ustalono, że Zamawiający może rozwiązać umowę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku rezygnacji przez Wykonawcę z udziału w zawodach wymienionych w umowie.

Umowę w imieniu Zamawiającego podpisał Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński.

[Dowód: akta kontroli str. 238-253]

#### **4.2. Zlecenie zadań promocyjnych innym podmiotom bez zastosowania ustawy pzp.**

Gmina w 2010 r. i I półroczu 2011 r. zlecała zadania innym podmiotom bez zastosowania ustawy Prawo zamówień publicznych. Zlecenie dotyczyło wydawania Informatora samorządowego w prasie lokalnej na terenie miasta Ostrowca Św. Zagadnienia te szczegółowo omówiono w punkcie 6.4 niniejszego protokołu kontroli.

#### **5.2. Współpraca z innymi samorządami.**

Gmina Ostrowiec Św. na zasadzie zawartych porozumień współpracuje na zasadach partnerskich z samorządem Gennevilliers (Francja) oraz Białą Cerkwią (Ukraina).

W dniu 17 maja 2009 r. Rada Miasta podjęła uchwałę w sprawie odnowienia umowy partnerskiej pomiędzy miastami Ostrowiec Św. i Grennevilliers. Z protokołu pomiędzy miastami bliźniaczymi Gennevilliers i Ostrowcem Św. podpisanym 29 maja 2009 r. wynika, że dalsza współpraca ma na celu wzmocnienie współpracy i wymiany w następujących dziedzinach: kulturalnej poprzez obustronną wymianę sztuki oraz artystów polskich i francuskich, sportowej poprzez spotkania i zawody sportowe pomiędzy miastami, festiwale

poprzez wymianę delegacji podczas uroczystości organizowanych przez Gennevilliers i Ostrowcem Św. W protokole zapisano, że każdy z partnerów jest osobiście odpowiedzialny za środki finansowe niezbędne do realizacji wyżej wymienionych celów.

[Dowód: akta kontroli str. 472-478]

W dniu 22 października 2009 r. został podpisany akt odnawialny deklaracji o współpracy zawarty w dniu 22 października 1999 r. pomiędzy miastami Białą Cerkiew i Ostrowcem Św. Z ww. aktu wynika, że miasta będą dążyć do dalszej współpracy w następujących dziedzinach: edukacyjnej, wymiany dzieci i młodzieży, wymiany w dziedzinie turystyki i sportu, wymiany kulturalnej artystów i dzieł sztuki, bezpośrednich kontaktów osób i firm prowadzących działalność gospodarczą. W akcie zapisano, że każdy z partnerów jest osobiście odpowiedzialny za środki finansowe niezbędne do realizacji wyżej wymienionych celów.

[Dowód: akta kontroli str. 479-480]

W dniu 24 października 1990 r. Rada Miejska podjęła uchwałę o przystąpieniu Gminy do Związku Miast Polskich.

[Dowód: akta kontroli str. 481]

W dniu 30 marca 2001 r. Rada Miejska Ostrowca Św. podjęła uchwałę w sprawie przystąpienia do Stowarzyszenia „Związek Miast i Gmin Regionu Św.

[Dowód: akta kontroli str. 482]

W dniu 28 listopada 2007 r. Rada Miejska podjęła uchwałę o przystąpieniu Gminy do Regionalnej Organizacji Turystycznej Województwa Świętokrzyskiego (ROT). ROT została powołana w celu promocji Województwa Świętokrzyskiego, integracji środowiska turystycznego, wspierania inicjatyw ekologicznych i działań mających na celu zrównoważony rozwój turystyki, wspieranie inicjatyw, mających na celu rozwój gospodarczy.

[Dowód: akta kontroli str. 483-484]

W dniu 2 czerwca 2009 r. Rada Miejska podjęła uchwałę w sprawie przystąpienia Gminy do Stowarzyszenia Lokalna Grupa Działania „Krzemienny Krąg” (LGD „Krzemienny Krąg”). Obecna LGD „Krzemienny Krąg” skupia ponad 40 podmiotów z terenu trzech powiatów opatowskiego i ostrowieckiego w województwie świętokrzyskim oraz lipskiego z województwa mazowieckiego. Jest partnerstwem trójsektorowym, składającym się z przedstawicieli sektora publicznego, gospodarczego i społecznego.

Do działań LGD „Krzemienny Krąg” należy m. innymi: edukacja estetyczno-artystyczna, kreowanie lokalnych produktów i usług, w szczególności turystycznych, tworzenie infrastruktury turystycznej, wspieranie rozwoju kultury i sztuki, ochrona dziedzictwa kulturowego oraz rozwój sportu i turystyki, w tym agroturystyki.

[Dowód: akta kontroli str.485-486]

W 2010 r. i I półroczu 2011 r. działania promocyjne w ramach współpracy miast bliźniaczych Gennevilliers (Francja) oraz Białą Cerkwią (Ukraina) dotyczyły wymiany

delegacji: na spotkaniu noworocznym w Gennevilliers we Francji uczestniczyło dwóch przedstawicieli Gminy Ostrowiec Św. oraz tłumacz, w festiwalu folklorystycznym w Gennevilliers uczestniczyli przedstawiciele Rady Miejskiej. Na zaproszenie mera miasta Białej Cerkwi uczestniczyła delegacja Rady Miejskiej. W 2010 r. w Ostrowcu Św. w okresie od 9 do 22 marca przebywała 18 osobowa delegacja z zaprzyjaźnionego miasta Gennevilliers, tj. 15 zawodników wraz z trenerem i dwoma opiekunami. Drużyna rozegrała w Ostrowcu Św. dwumecz z juniorami starszymi. Koszt pobytu sportowców w Ostrowcu Św. wyniósł 11.966,40 zł. Wydatki związane były z opłaceniem tłumacza, organizacją meczu, kosztów transportu delegacji z lotniska oraz zakwaterowanie i wyżywienie.

W Białej Cerkwi przebywali lekkoatleci z Miejskiego Uczniowskiego Klubu Sportowego THM od 1 do 3 października 2010 r. Na Ukrainę pojechało czterech zawodników oraz trener. Koszt przewozu sportowców wyniósł 897,59 zł brutto.

W Międzynarodowym Turnieju Siatkówki Kobiet o Puchar Prezydenta Miasta z okazji Dni Ostrowca Św. 2010 uczestniczyły dziewczęta z Liceum Sportowego z Białej Cerkwi, które rozegrały mecz AZS WSBiP KSZO i reprezentacją Polski junierek. Koszt organizacji pobytu delegacji wyniósł 4.130 zł.

W dniu 11 kwietnia 2011 r. w Ostrowcu Św. przebywała holenderska delegacja w liczbie 16 osób biorąca udział w międzynarodowej konferencji pt. „Współczesna koncepcja edukacji – koncepcja edukacji wg planu daltońskiego” w Wyższej szkole Biznesu i Przedsiębiorczości. Koszt organizacji wizyty wyniósł 800 zł brutto.

[Dowód: akta kontroli str. 1032]

### **5.3. Projekty w zakresie promowania miasta w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego w okresie 2010 – 2011.**

Gmina od 8 lutego 2010 r. do 9 sierpnia 2010 r. realizowała jeden projekt w zakresie promowania miasta Ostrowca Św. w ramach osi priorytetowych II, III, IV, V, VI Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007 – 2013. Tytuł projektu „Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie”. We wniosku, przedstawiając przedmiot projektu, zapisano, że projekt polega na realizacji kampanii promocyjnej miasta pn. „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” i w ramach projektu prowadzone będą następujące działania:

- utworzenie portalu internetowego promującego aktywny i alternatywny wizerunek miasta,
- wydanie płyty promocyjnej, pn. wirtualny spacer po mieście Ostrowiec Św. – 15.000 sztuk,
- wydanie przewodnika po mieście i okolicy 20.000 sztuk,
- zakup stoiska promocyjnego z wyposażeniem i sterowca promocyjnego,
- współorganizacja Pikniku Gombrowiczowskiego 2010,
- udział w targach Turystyki i Wypoczynku Lato 2010 w Warszawie,

- utworzenie systemu informacji wewnętrznej (tablice i bilbordy w Ostrowcu Św. i okolicy),
- reklama w prasie ogólnopolskiej,
- wydarzenia promocyjne na imprezach kulturalnych w Polsce oraz zakup namiotu promocyjnego,
- reklama w stacjach radiowych.

We wniosku zapisano, że po realizacji projektu powstanie jeden nowy produkt turystyczny, przeprowadzone zostaną dwie kampanie promocyjne w tym jedna zagraniczna. Oferta turystyczna wzbogacona zostanie o dziewięć działań promocyjnych. Zakupione zostaną trzy środki trwałe (stoisko, sterowiec, namiot promocyjny o wartości 82.140 zł. Z produktu korzystać będzie 51.300 turystów rocznie (w 2013 r. – 80.000). Kampanią promocyjną objętych zostanie 1.311.000 osób (w kolejnych latach 400.000 osób).

We wniosku przedstawiono również uzasadnienie opłacalności ekonomicznej i wykonalności projektu. Uznano, że realizacja projektu pozwoli na stworzenie ponadregionalnego produktu turystycznego, dzięki któremu wzrośnie zainteresowanie potencjałem turystycznym i gospodarczym miasta, regionu, zwiększy się także ilość turystów odwiedzających Ostrowiec Św. kampania promocyjna podniesie atrakcyjność turystyczną miasta i regionu przyczyniając się bezpośrednio do powstania nowych miejsc pracy. Z analizy ekonomicznej wynika, że łączne korzyści społeczno-ekonomiczne osiągnięte w 2010 r. wyniosą 2.641.950 zł.

Z wniosku wynika, że projekt w ogólnej kwocie 622.828,83 zł. finansowany będzie z następujących źródeł: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego 294.660,32 zł (47,31%) i budżetu Gminy 328.168,51 zł (52,69%).

We wniosku zapisano, że projekt realizuje cel 2 osi priorytetowej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007 – 2013 Poprawa wizerunku regionu, jego potencjału gospodarczego i turystycznego. Projekt jest zgodny z założeniami Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Św. Cele szczegółowe: właściwe wykorzystanie walorów krajobrazowych, przyrodniczych i dziedzictwa kulturowego dla rozwoju turystyki oraz rekreacji. Stworzenie i wypromowanie wizerunku miasta – centrum regionalnego ruchu turystycznego. Rozpowszechnianie informacji o walorach turystycznych miasta i okolic. Kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców i na zewnątrz.

[Dowód: akta kontroli str. 1074-1093]

Powyższe zadanie pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” w części nieobejmującej zakupów inwestycyjnych i środków finansowych przeznaczonych na kulturę przeprowadzono w ramach zamówienia publicznego o wartości powyżej 14.000 euro.



W dniu 8 stycznia 2010 r. Prezydent Miasta wyraził zgodę na przystąpienie do procedury przetargowej w sprawie udzielenia zamówienia, którego przedmiotem było przeprowadzenie zintegrowanych działań mających na celu realizację zadania pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” w części nieobejmującej zakupów inwestycyjnych i środków finansowych przeznaczonych na kulturę. Przetarg obejmie następujące działania:

- utworzenie portalu [www.aktywny](http://www.aktywny) i alternatywny wizerunek Ostrowca Świętokrzyskiego,
- wydanie płyty promocyjnej – 15.000 szt,
- wydanie przewodnika po mieście i okolicy – 20.000 szt,
- współorganizacja Pikniku Gombrowiczowskiego 2010 w części obejmującej działania promocyjne,
- udział w Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010 w Warszawie,
- utworzenie systemu informacji wewnętrznej – tablice i bilbordy w mieście i okolicy,
- reklama w prasie ogólnopolskiej,
- wydarzenia promocyjne na wybranych imprezach kulturalnych w Polsce,
- reklama w stacjach radiowych.

Przewidywany termin realizacji zamówienia od 30 marca 2010 r. do 4 lipca 2010 r. Wartość zamówienia określono na kwotę 441.916,00 zł. Postanowiono, że płatność nastąpi w czterech ratach.

**[Dowód: akta kontroli str. 487-488]**

W dniu 4 lutego 2010 r. została opracowana Specyfikacja istotnych warunków zamówienia (Specyfikacja) dla zadania pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie”. W Specyfikacji zawarto opis przedmiotu zamówienia, sposób wykonania przedmiotu zamówienia, termin wykonania zamówienia, opisano warunki udziału w postępowaniu oraz opis dokonania oceny spełnienia tych warunków. Określono wymagania dotyczące wskazania w ofercie części zamówienia, których wykonanie wykonawca powierzy podwykonawcom. W Specyfikacji zawarto wykaz oświadczeń i dokumentów, jakie mają dostarczyć wykonawcy w celu potwierdzenia spełnienia udziału w postępowaniu. Wskazano na sposoby porozumiewania się zamawiającego z wykonawcami oraz przekazywania oświadczeń i dokumentów oraz osoby uprawnione do kontaktu z wykonawcami. Zamawiający zawarł informację w Specyfikacji, że nie żąda wadium. Opisano sposób przygotowania oferty. Wskazano miejsce i termin składania i otwierania ofert. W Specyfikacji podano opis kryteriów, którymi zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty wraz z podaniem znaczenia tych kryteriów i sposobu oceny ofert. Specyfikacja zawierała wymagania dotyczące zabezpieczenia należytego wykonania umowy. Do Specyfikacji załączono wzór kwestionariusza ofertowego, wzór umowy i szczegółowy opis przedmiotu zamówienia, jako jej integralną część. Specyfikacja zawiera wszystkie elementy wymienione w art. 36 ustawy Prawo zamówień publicznych.



[Dowód: akta kontroli str. 489-524]

W dniu 5 lutego 2010 r. Prezydent miasta powołał czteroosobową Komisję do przeprowadzenia postępowania przetargowego, którego przedmiotem jest pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie”.

[Dowód: akta kontroli str. 525-533]

Z protokołu postępowania o udzielenie zamówienia o wartości zamówienia mniejszej niż kwota określona w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 ustawy Prawo zamówień publicznych wynika, że przedmiot zamówienia pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” ustalona została na kwotę 362.226,23 zł, co stanowiło 94.354 euro. Postępowanie przeprowadzono w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39 – 46 ustawy Prawo zamówień publicznych.

W dniu 15 lutego 2010 r. do godz. 9.30 wpłynęło cztery oferty. Bezpośrednio przed otwarciem ofert zamawiający podał, jaką zamierza przeznaczyć na finansowanie zamówienia w wysokości 441.916 zł brutto. Z postępowania nie wykluczono żadnej oferty, wszystkie cztery oferty spełniały wymogi określone w Specyfikacji..

Jako najkorzystniejszą ofertę, po dokonaniu oceny i porównania złożonych ofert, wybrano Agencję Reklamową HALO Grzegorz Achrem z Łądką Zdroju (355.002,92 zł). W trakcie postępowania nie wniesiono protestów i odwołań. Umowa w sprawie zamówienia publicznego została zawarta w dniu 18 lutego 2010 r. z Agencją Reklamową HALO Grzegorz Achrem z Łądką Zdroju. Protokół z postępowania podpisał Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński.

[Dowód: akta kontroli str. 534-546]

W dniu 16 lutego 2010 r. dokonano ogłoszenia o wyborze najkorzystniejszej oferty, tj. Agencję Reklamową HALO Grzegorz Achrem z Łądką Zdroju cena wybranej oferty wyniosła 290.986 zł netto plus 22% VAT co stanowiło 355.002,92 zł brutto.

W dniu 17 lutego 2010 r. powiadomiono wszystkich uczestników przetargu nieograniczonego o wyborze najkorzystniejszej oferty..

[Dowód: akta kontroli str. 547-548]

Uczestnicy postępowania o zamówienie publiczne złożyli oświadczenie zgodnie z art. 17 ustawy Prawo zamówień publicznych.

W dniu 5 lutego 2010 r. w Biuletynie Zamówień Publicznych zamieszczono ogłoszenie określając przedmiot zamówienia publicznego Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” oraz jego wielkość i zakres. W ogłoszeniu zamieszczono warunki udziału w postępowaniu oraz opis sposobu dokonywania oceny spełnienia tych warunków. Zawarto również informacje o oświadczeniach i dokumentach, jakie mają dostarczyć wykonawcy w celu potwierdzenia spełnienia warunków udziału w postępowaniu oraz niepodleganiu wykluczeniu na podstawie art.24 ust. 1 ustawy Prawo zamówień publicznych. W ogłoszeniu podano adres strony

internetowej, na której dostępna jest specyfikacja istotnych warunków zamówienia. Podano, że termin składania wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu lub ofert o godz. 9.30 dnia 15 lutego 2010 r. Ogłoszeniu zawarto informację, że przedsięwzięcie dofinansowane jest ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach działania 2.3 Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego.

[Dowód: akta kontroli str. 549-561]

W dniu 18 lutego 2010 r. Gmina Ostrowiec Św. zwana dalej Zamawiającym podpisała umowę z Agencją Reklamową Halo Grzegorza Archem z Łącka Zdroju, zwana dalej Wykonawcą, wyłonioną w trybie przetargu nieograniczonego w dniu 15 lutego 2010 r. na przeprowadzenie zintegrowanych działań mających na celu realizację zadania pn. Kampania promocyjna miasta Ostrowiec Św. – aktywnie i alternatywnie zgodnie ze złożoną ofertą na warunkach określonych w Specyfikacji i niniejszej umowie. W umowie wymieniono niżej wymienione usługi do wykonania:

- utworzenie portalu [www.aktywny](http://www.aktywny) i alternatywny wizerunek Ostrowca Świętokrzyskiego,
- wydanie płyty promocyjnej – 15.000 szt,
- wydanie przewodnika po mieście i okolicy – 20.000 szt,
- współorganizacja Pikniku Gombrowiczowskiego 2010 w części obejmującej działania promocyjne,
- udział w Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010 w Warszawie,
- utworzenie systemu informacji wewnętrznej – tablice i bilbordy w mieście i okolicy,
- reklama w prasie ogólnopolskiej,
- wydarzenia promocyjne na wybranych imprezach kulturalnych w Polsce,
- reklama w stacjach radiowych.

Termin wykonania zadań ustalono od 30 marca 2010 r. do 4 lipca 2010 r. Podstawą rozliczenia wykonania zadania są protokoły odbioru poszczególnych elementów przedmiotu zamówienia.

Strony umowy ustaliły 18 miesięczny okres gwarancji na portal internetowy. Termin gwarancji biegnie od dnia odbioru przedmiotu umowy potwierdzonego protokołem odbioru podpisanym przez obydwie strony umowy.

W umowie określono odpowiedzialność za wykonanie lub nienależyte wykonanie umowy, jej części w stosunku do terminów określonych w umowie.

Za wykonanie umowy Wykonawcy przysługuje wynagrodzenie netto w wysokości 290.986 zł plus podatek VAT 22%. Wynagrodzenie łącznie brutto wyniesie 355.002,92 zł, płatne w pięciu ratach, (w umowie pomyłkowo podano, że w czterech ratach):

- I rata w wysokości 22.488 zł w terminie do 30 kwietnia 2011 r.,
- II rata w wysokości 109.057,02 zł w terminie do 14 maja 2010 r.
- III rata w wysokości 100.842 zł w terminie do 31 maja 2010 r.
- IV rata w wysokości 10.002,92 zł w terminie do 12 lipca 2010 r.

- V rata w wysokości 112.652,98 zł w terminie do 9 sierpnia 2010 r.

[Dowód: akta kontroli str. 562-566]

W trakcie realizacji zamówienia sporządzono pięć protokołów odbioru dotyczących realizacji poszczególnych zadań:

- 7 maja 2010 r. z odbioru portalu internetowego – aktywny i alternatywny wizerunek Ostrowca Św.;
- 25 kwietnia 2010 r. z odbioru płyt promocyjnych 15.000 sztuk i przewodników po mieście i okolicy 20.000 sztuk;
- 4 maja 2010 r. udział w Targach Turystyki i Wypoczynku LATO 2010 w Warszawie oraz utworzenie systemu informacji wewnętrznej – tablice i bilbordy 10 sztuk;
- 17 czerwca 2010 r. współorganizacja Pikniku Gombrowiczowskiego 2010;
- 12 lipca 2010 r. reklama w prasie ogólnopolskiej, wydarzenia promocyjne na wybranych imprezach kulturalnych w Polsce oraz reklama w stacjach radiowych.

[Dowód: akta kontroli str. 567-571]

W ramach realizacji projektu zakupiono stoisko promocyjne o powierzchni 20 m<sup>2</sup>, które było wykorzystywane na Targach „Lato 2010” w Warszawie. Stoisko przeznaczone jest do wielokrotnego użytku. Zakupiono sterowiec promocyjny, zdalnie sterowany o długości 8 m i średnicy 2,4 m. Sterowiec jest wykorzystywany w trakcie promocji na zewnętrznych imprezach kulturalno – rozrywkowych, np. Juwenaliach w Warszawie, „Kozienaliach” w Lublinie, festiwalu Las Woda & Blues w Radzynie k/Sławy oraz na pikniku Country w Lesku. Zakupiono namiot wystawowy. Zakupu dokonano w ramach zamówień publicznych o wartości nieprzekraczającej 14.000 euro. Ww. zamówienia publiczne zrealizowano zgodnie z regulaminem udzielania przez Gminę zamówień publicznych o wartości szacunkowej nie przekraczającej równowartości kwoty 14.000 euro. Zgodę na dokonanie zakupu wydał Prezydent Miasta Ostrowca Św. Dla każdego zamówienia opracowano zaproszenia do składania ofert zawierające przedmiot zamówienia, wymagania wobec wykonawców, miejsce, termin i sposób składania ofert, podano kryterium oceny oferty. Zaproszenia zamieszczone były na stronie internetowej Urzędu, tablicy ogłoszeń. Z każdego postępowania sporządzono protokół. W wyniku rozpatrzenia ofert wybrano najkorzystniejszą ofertę. Z wykonawcami podpisano umowy. I tak: z PPHU ALLMAX-SERWIS z Krakowa podpisano w dniu 8 lutego 2010 r. umowę na wykonanie i dostarczenie indywidualnego stoiska promocyjnego z wyposażeniem w ramach projektu pn. Kampania promocyjna miasta „Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie” za kwotę 30.500 zł brutto, z firmą GD SOLUTION ze Skawiny zawarto umowę na wykonanie i dostarczenie sterowca promocyjnego za kwotę 45.016,78 zł brutto, z firmą MITKO Spółka z o.o. z Wodzisławia Śląskiego zawarto umowę na dostarczenie do Urzędu namiotu promocyjnego za kwotę 6.500 zł brutto

W ramach realizacji programu utworzono portal internetowy aktywny i alternatywny wizerunek Ostrowca Św. w języku polskim, francuskim i angielskim <http://alteraktyw-ostrowiec.pl>, wydano płytę promocyjną (15.000 szt.), przewodnik po mieście i okolicy (20.000), też w trzech językach, współorganizowano Piknik Gombrowiczowski 2010, uczestniczono w Targach Lato 2010 w Warszawie. Utworzono system informacji wewnętrznej w postaci tablic informacyjnych i billboardów w mieście i okolicy. Organizowano reklamę w prasie ogólnopolskiej, w stacjach radiowych oraz wydawano ulotki reklamowe, breloki, czapki i koszulki.

[Dowód: akta kontroli str. 572-578]

Na podstawie ewidencji księgowej ustalono, że wydatki są udokumentowane fakturami i zgadzają się z kopiami potwierdzonymi za zgodność z oryginałami dołączonymi do wniosku o płatność. Wydział księgowości prowadzi wyodrębnioną na każde zadanie syntetyczną i analityczną ewidencję księgową do projektu, zgodnie z obowiązującą klasyfikacją budżetową.

[Dowód: akta kontroli str. 579-598]

### 6.1. Wysokość planowanych i wydatkowanych środków finansowych na działalność promocyjną w wydatkach budżetowych.

Tabela nr 2

Lp.	Rok	Planowane wydatki ogółem	Wykonane wydatki ogółem	Planowane wydatki na działalność promocyjną	Wykonane wydatki na działalność promocyjną	Udział zrealizowanych wydatków na promocję w wydatkach ogółem (%)
1.	2007	149.266.871	137.219.201	367.250	307.079	0,22
2.	2008	164.086.208	153.044.479	386.348	349.366	0,23
3.	2009	198.052.092	185.355.238	554.330	513.900	0,28
RAZEM		511.405.171	474.616.918	1.307.928	1.170.345	0,25

[Dowód: akta kontroli str. 599]

W przyjętej uchwale nr XLVII/635/2009 Rady Miasta z dnia 22 grudnia 2009 r. w sprawie uchwalenia budżetu Gminy Ostrowiec Św. na 2010 r. uchwalono wydatki ogółem w kwocie 241.174.069 zł, z czego w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdziale 75075 – promocja jednostek samorządu terytorialnego na wydatki przyjęto kwotę 1.187.060 zł. Udział wydatków na promocję Gminy stanowił 0,49% ogółu planowanych wydatków Gminy na 2010 r.

[Dowód: akta kontroli str. 89-103]

Ustalono, że w 2010 r. w planie budżetu Gminy w dziale 750 Administracja publiczna, rozdział 75075 Promocja jednostek samorządu terytorialnego dokonano siedmiu zmian. Zmiany dotyczyły wydatków dotyczących projektu Kampanii promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego – aktywni i alternatywni”, promocji gospodarczej miasta, przygotowania i promocji oferty inwestycyjnej. Przyjęty plan wydatków w zakresie promocji na dzień 1 stycznia 2010 r., uchwała nr XLVII/635/2009 z dnia 22 grudnia 2009 r. przez Radę Miejską w Ostrowcu Św. wynosił 1.187.066 zł uległ zwiększeniu i na koniec grudnia 2001 r. plan

wydatków, na prowadzenie promocji miasta, po zmianach wynosił 1.396.310 zł, tj. uległ zwiększeniu o 209.250 zł. Zwiększenie wydatków odnotowano w zakresie promocji gospodarczej miasta z planowanych 430.000 zł do 671.080 zł, tj. o 241.080 zł. Natomiast zmniejszenie wydatków odnotowano w realizowanych zadaniach dotyczących Kampanii promocji miasta Ostrowca Świętokrzyskiego – aktywni i alternatywni” z 634.060 zł do 622.956 zł, tj. o 11.104 zł i realizacji zadań dotyczących przygotowania i promocji oferty inwestycyjnej z planowanych 123.000 zł. do 102.274 zł, tj. o 20.726 zł mniej od zakładanych wydatków w planie na dzień 1 stycznia 2010 r.

Z analizy dokonywanych zmian w poszczególnych paragrafach działu 750 Administracja publiczna, rozdziale 75075 Promocja jednostek samorządu terytorialnego wynika, że zmniejszenia wydatków w porównaniu do planu odnotowano w:

§ 4170 – wynagrodzenia osobowe z planowanych 25.000 zł do 21.540 zł,

§ 4210 zakup materiałów i wyposażenia z 60.000 zł do 53.000 zł.

Natomiast zwiększenia wydatków odnotowano w:

§ 4300 zakup usług pozostałych z planowanych 996.917 zł do 1.206.870 zł, tj. o 209.953 zł

§ 4430 różne opłaty i składki z 23.000 zł do 32.757 zł.

Zakupy inwestycyjne w § 6060 nie uległy zmianie i wyniosły 82.143 zł.

Wprowadzanie zmian w planie wydatków dokonywano na podstawie uchwał Rady Miejskiej zmieniającej uchwałę w sprawie uchwalenia budżetu Gminy Ostrowiec Św. (23 kwietnia, 24 maja, 30 czerwca, 14 października i 30 grudnia 2010 r.) oraz zarządzeniami Prezydenta Miasta Ostrowca Św. w sprawie zmian w planie finansowym Urzędu Miasta (26 stycznia, 6 kwietnia, 11 sierpnia 2010 r.).

**[Dowód: akta kontroli str. 600-629]**

W uchwale nr V/13/2010 Rady Miasta z dnia 30 grudnia 2010 r. w sprawie uchwalenia budżetu Gminy Ostrowiec Św. na 2011 r. w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdział 75075 – Promocja jednostek samorządu terytorialnego przyjęto kwotę 370.860 zł, co stanowiło 0,15% ogółu wydatków planowanych na 2011 r.

Za trzy kwartały 2011 r. w planie budżetu Gminy w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdziale 75075 Promocja jednostek samorządu terytorialnego dokonano dwóch zmian. Zmiany dotyczyły zwiększenia wydatków z tytułu realizacji zadań z zakresu promocji gospodarczej miasta z 230.000 zł do 376.000 zł, tj. o 146.000 zł. Natomiast w zakresie przygotowania i promocji oferty inwestycyjnej dokonano zmniejszenia wydatków w porównaniu do przyjętego uchwałą budżetową wydatków o 13.150 zł, tj. z 140.860 zł do 127.710 zł. Łącznie za okres trzech kwartałów plan wydatków uległ zwiększeniu w zakresie promocji Gminy z 370.860 zł do 503.710 zł, tj. o 132.850 zł.

Z analizy dokonywanych zmian w poszczególnych paragrafach działu 750 Administracja publiczna, rozdziale 75075 Promocja jednostek samorządu terytorialnego wynika, że zwiększenie wydatków w porównaniu do planu odnotowano w:





§ 4210 zakup materiałów i wyposażenia z 22.000 zł do 48.000 zł.

§ 4300 zakup usług pozostałych z planowanych 307.860 zł do 414.710 zł, tj. o 106.850 zł.

Natomiast w pozostałych paragrafach wydatki nie uległy zmianie i wynosiły:

§ 4170 – wynagrodzenia osobowe – 10.500 zł,

§ 4380 – zakup usług obejmujących tłumaczenia – 500 zł,

§ 4430 różne opłaty i składki – 30.000 zł.

[Dowód: akta kontroli str. 104-107, 630-640]

Tabela nr 3.

Lp.	Rok	Planowane wydatki ogółem	Wykonane wydatki ogółem	Planowane wydatki na działalność promocyjną	Wykonane wydatki na działalność promocyjną (narastająco)	Udział zrealizowanych wydatków na promocję w wydatkach ogółem (%)
<b>1.</b>	<b>2010 r.</b>	241.174.069	208.902.306	1.396.310	1.317.965	0,63
1.1.	I kwartał	244.955.204	39.557.584	1.187.060	195.632	0,49
1.2.	II kwartał	241.571.187	81.696.279	1.476.140	803.130	0,98
1.3.	III kwartał	232.742.377	135.954.591	1.472.140	1.159.739	0,85
1.4.	IV kwartał	223.868.375	208.902.306	1.396.310	1.317.965	0,63
<b>2.</b>	<b>2011 r.</b>	237.789.782		503.710		
2.1.	I kwartał	240.414.864	51.629.704	370.860	82.204	0,17
2.2.	II kwartał	242.053.307	95.903.080	503.710	225.550	0,24
2.3.	III kwartał			503.710		

[Dowód: akta kontroli str. 641]

W toku kontroli dokonano sprawdzenia prawidłowości klasyfikowania, ewidencjonowania i rozliczania wydatków na działalność promocyjną Gminy sfinansowanych ze środków własnych, w odniesieniu do 16 działań promocyjnych w latach 2010 i I półroczu 2011 r.:

- zakup 500 sztuk kalendarzy na 2010 r. – Promocja gospodarcza miasta – 9.851,50 zł (§ 4210)
- promocja gospodarcza miasta poprzez sport – piłka nożna – 104.999,30 zł (§ 4210),
- wykonanie dwóch rodzajów folderów promocyjnych miasta – przygotowanie i promocja miasta – 11.590 zł (§ 4300),
- wykonanie gadżetów promocyjnych w postaci notesów – 9.345,20 zł (§ 4300),
- za wykonanie 600 sztuk gadżetów promocyjnych w postaci koszulek z logo – 7.612,80 zł (§ 4300),
- za wykonanie 500 sztuk medali okolicznościowych z okazji jubileuszu XX-Lecia samorządu terytorialnego 12.200 zł (§ 4300),
- wykonanie rekwizytów promocyjnych miasta w postaci 500 sztuk filiżanek ze spodeczkiem – 7.978,80 zł (§ 4300),
- za opracowanie graficzne druku 1.000 sztuk kalendarza na 2011 r. – 8.784 zł (§ 4300),
- wydanie płyty promocyjnej, wydanie przewodnika po mieście – 51.594,88 zł (§ 4307),
- udział w Targach Turystyki i Wypoczynku Lato 2010 w Warszawie i utworzenie systemu informacji wewnętrznej tablice i bilbordy w mieście i okolicach – 47.708,35 zł (§ 4307),



- warsztaty teatralne – wystawa fotograficzna – projekt plakatu – 5.781,28 zł (§ 4307),
- składka za członkostwo w LDG „Krzemienny Krąg” – 5.000 zł (§ 4430),
- zakup sterowca reklamowego – 21.297,44 zł (§ 6067),
- zakup stoiska promocyjnego z wyposażeniem 14.429 zł (§ 6067),
- zakup 300 sztuk Albumów Stanisława Sudnik – Fotografie – 3.780 zł (§ 4210),
- zakup 300 sztuk albumów „Ziemia Ostrowiecka Skarby Kultury i Przyrody” – 12.600 zł (§ 4210).

[Dowód: akta kontroli str. 642-709]

Na podstawie analizy faktur wystawionych za ww. usługi stwierdzono, że na odwrócie został opisany dokonany wydatek. Każda z faktur została sprawdzona pod względem merytorycznym oraz formalno-rachunkowym i podpisana. Każda z faktur zawierała dekretację o zakwalifikowaniu określonego wydatku do wypłaty ze środków budżetowych działu 750 – Administracja publiczna, rozdział 75075 – Promocja jednostek samorządu terytorialnego ze wskazaniem odpowiedniego paragrafu klasyfikacji budżetowej. Każda dekretacja była podpisana przez Skarbnika i Prezydenta.

Z zestawienia wydatków wg klasyfikacji budżetowej za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2010 r. i od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 r. wynika, że dekretacje zawarte na fakturach są zgodne z dokumentami na podstawie których sporządzono ww. zestawienia obrotów klasyfikacji budżetowej.

[Dowód: akta kontroli str. 642-709]

Ze sprawozdania Rb-28S z wykonania planu wydatków budżetowych gminy Ostrowiec Św. wynika, że na koniec roku 2010 i I półrocza 2011 r. nie wystąpiły zobowiązania wymagalne w dziale 750 rozdział 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*.

[Dowód: akta kontroli str. 710]

### 6.3. Strona internetowa Gminy.

Gmina posiada własną stronę internetową [www.um.ostrowiec.pl](http://www.um.ostrowiec.pl)

Tabela nr 4.

Lp.	Wyszczególnienie wydatków	Kwoty w złotych		
		Rok utworzenia strony i wydatki na jej utworzenie	2010 r.	2011 r. (I półrocze)
1	2	3	4	5
1.	Utworzenie strony internetowej	2008 r. 48.708,50	-	-
2.	Aktualizacja i utrzymanie strony internetowej	-	5.125	2.562
3.	Koszty osobowe	-	-	-
4.	Inne koszty (wymienić jakie) (domena)	-	193,98	71,98

[Dowód: akta kontroli str. 812]

W dniu 21 listopada 2008 r. Gmina Ostrowiec Św. zawarła umowę z Agencją Reklamową EURA7 z Krakowa na wykonanie Portalu Ostrowca Świętokrzyskiego (Serwis www) w oparciu o założenia projektowe przedstawione przez Zamawiającego oraz

szczegółową Specyfikację techniczną Serwisu. Według umowy wykonanie serwisu obejmowało przygotowanie koncepcji funkcjonalnej, przygotowanie projektu graficznego, wprowadzenie dostarczonych treści, prace programistyczne związane z systemem redakcyjnym CM Manager, obejmującym wszystkie treści Serwisu i umożliwiającym jego dalszą rozbudowę oraz uruchomienie serwisu www. Na serwerze EURA7. Strony umowy ustaliły, że Serwis www. będzie umieszczony na serwerze Zleceniodawcy, natomiast EURA7 zapewni Gminie pakiet serwisowy „Assistance”.

Za wykonanie przedmiotu umowy strony ustaliły wynagrodzenie dla EURA7 w wysokości 48.708,50 zł brutto. Wypłata wynagrodzenia nastąpi po podpisaniu przez zamawiającego „Protokołu akceptacji projektu graficznego”, protokołu odbioru dzieła i po opublikowaniu strony na serwerze.

W umowie strony ustaliły zobowiązania co do przygotowania projektu graficznego, obowiązki związane z wdrożeniem Serwisu www i systemu CMSmanager, korzystania z praw autorskich, zachowania tajemnicy oraz obowiązującej gwarancji. Również w umowie ustalono, że wartość abonamentu wyniesie 350 zł (netto) miesięcznie, tj. 5.124 zł rocznie. Obsługa Assistance ważna jest od 1 stycznia 2010 r. do 31 grudnia 2011 r.

W umowie określono kary umowne oraz możliwości rozwiązania umowy. Umowę podpisali ze strony Gminy Prezydent miasta Pan Jarosław Wilczyński i Sekretarz Gminy Marzena Dębniak.

[Dowód: akta kontroli str. 813-831]

W dniu 24 grudnia 2008 r. protokołem odbioru został przekazany Gminie przedmiot umowy, który został określony w umowie zawartej z Agencją Reklamy EURA7 z Krakowa.

[Dowód: akta kontroli str. 832]

W dniu 6 kwietnia 2009 r. Gmina podpisała umowę z Agencją Reklamową EURA7 z Krakowa na wykonanie dodatkowych modułów do portalu Ostrowca Świętokrzyskiego. Wynagrodzenie za realizację ww. umowy wyniesie 6.800 zł netto plus podatek VAT 22%, tj. 1.496 zł.. Wynagrodzenie brutto wyniesie 8.296 zł. Ustalono wynagrodzenie ma charakter ryczałtowy i zostanie wypłacone w terminie określonym w harmonogramie prac oraz na podstawie wystawionej faktury VAT do dnia 27 kwietnia 2009 r.

W dniu 27 kwietnia 2009 r. sporządzono protokół przekazania wykonanych dodatkowych elementów do strony [um.ostrowiec.pl](http://um.ostrowiec.pl): dla Zleceniodawcy

[Dowód: akta kontroli str. 833-841]

W dniu 31 grudnia 2009 r. Prezydent Miasta wydał Okólnik nr 5/2009 w sprawie prowadzenia internetowego serwisu informacyjnego Urzędu Miasta, z którego wynika, że z dniem 1 stycznia 2010 r. zostały ustalone nowe zasady prowadzenia Internetowego Serwisu Informacyjnego Urzędu, zwanego Serwisem Internetowym Urzędu Miasta dostępnego pod adresem internetowym [www.um.ostrowiec.pl](http://www.um.ostrowiec.pl). W okólniku określono cele Serwisu Internetowego, w tym prowadzenie promocji miasta, prezentowanie społeczności lokalnej

oraz szerszemu ogółowi obywateli działalności organów Gminy, Rady Miasta, Prezydenta Miasta oraz gminnych jednostek organizacyjnych, umożliwienie osobom zainteresowanym poznanie historii, tradycji, osiągnięć i problemów Miasta, umożliwienie załatwiania spraw należących do właściwości Urzędu drogą elektroniczną.

W ogólniku wskazano, że w celu realizacji ww. zadań konieczna jest współpraca wszystkich Wydziałów Urzędu oraz gminnych jednostek organizacyjnych w zakresie tworzenia, nadzoru i aktualizacji Serwisu Internetowego Urzędu.

Za administrowanie Serwisem Internetowym Urzędu, jego działanie, udostępniania w Internecie oraz aktualizację na podstawie powierzonych materiałów odpowiedzialnym został Kierownik Referatu ds. Komputeryzacji Urzędu.

[Dowód: akta kontroli str. 842-844]

#### **6.4. Wydawanie gazety przez Gminę.**

Gmina nie wydaje własnej gazety, publikowany jest natomiast informator samorządowy pt. „Miejski Informator Samorządowy” w gazetach lokalnych, tj. „Gazecie Ostrowieckiej”, „Wiadomościach Ostrowieckich” i „Echu Ostrowieckim”, w oparciu o materiały przygotowane przez pracowników Urzędu, w tym m.in. informacje dotyczące Gminy Ostrowiec Św., Urzędu Miasta, jednostek komunalnych, informacje o przetargach organizowanych przez Gminę, uchwałach podejmowanych przez Radę Miasta, komunikatach, ogłoszeniach i zarządzeniach Prezydenta Miasta.

W 2009 r. Urząd przeprowadził postępowanie przetargowe, w formie przetargu nieograniczonego, którego przedmiotem było publikowanie informatora samorządowego pt. „Miejski Informator Samorządowy” w gazetach lokalnych. Informator będzie ukazywał się raz w tygodniu w 2010 r.. Jego objętość będzie wynosić co najmniej jedną stronę a maksymalnie cztery strony formatu A3. Wartość przetargu wyniesie 129.320 zł. Cenę ustalono na podstawie ubiegłorocznych ofert przetargowych.

[Dowód: akta kontroli str. 711-712]

W dniu 21 grudnia 2009 r. w Biuletynie Zamówień Publicznych zamieszczono ogłoszenie o zamówieniu pn. „Publikowanie w 2010 r. w tygodniku lokalnym Miejskiego Informatora Samorządowego”. Termin składania ofert do udziału w postępowaniu do 30 grudnia 2009 r. do godziny 9.30.

[Dowód: akta kontroli str. 713-719]

W dniu 21 grudnia 2009 r. Prezydent Miasta zatwierdził Specyfikację istotnych warunków zamówienia na publikowanie w 2010 r. w tygodniku lokalnym Miejskiego Informatora Samorządowego. Specyfikacja spełniała wymogi określone w art. 36 ustawy Prawo zamówień publicznych.

[Dowód: akta kontroli str. 720-735]

W dniu 22 grudnia 2009 r. Prezydent Miasta powołał czteroosobową Komisję Przetargową do przeprowadzenia postępowania przetargowego, którego przedmiotem było publikowanie w 2010 r. w tygodniku lokalnym Miejskiego Informatora Samorządowego.

**[Dowód: akta kontroli str. 736]**

W dniu 29 grudnia 2009 r. OST-PRESS Gazeta Ostrowiecka Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. przesłała ofertę – Kwestionariusz ofertowy na publikowanie w 2010 r. w tygodniku lokalnym Miejskiego Informatora Samorządowego w oparciu o materiały przygotowane przez pracowników Urzędu. Cena oferty za opublikowanie jednej strony formatu A3 – 610 zł brutto, w tym podatek VAT 110 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 737-748]**

Z protokołu postępowania o udzieleniu zamówienia publicznego (druk ZP-2) wynika, że wartość zamówienia ustalona została na kwotę 106.000 zł, co stanowiło równowartość 27.340 euro. Postępowanie przeprowadzono w trybie przetargu nieograniczonego na podstawie art. 39-46 ustawy Prawo zamówień publicznych. Do upływu terminu złożono jedną ważną ofertę. Bezpośrednio przed otwarciem ofert zamawiający podał kwotę jaką zamierza przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia w wysokości 129.320 zł. Komisja Przetargowa wybrała ofertę OST-PRESS Gazeta Ostrowiecka Spółka z o.o. w Ostrowcu Św.

**[Dowód: akta kontroli str. 749-753]**

Uczestnicy postępowania przetargowego złożyli oświadczenia zgodnie z art. 17 ustawy Prawo zamówień publicznych o nie podleganiu wykluczeniu z udziału w postępowaniu przetargowym.

**[Dowód: akta kontroli str. 754-758]**

W dniu 5 stycznia 2010 r. w Biuletynie Zamówień Publicznych zamieszczono ogłoszenie o udzieleniu zamówienia pn. „Publikowanie i wydawanie Informatora Samorządowego w tygodniku lokalnym w oparciu o materiały przygotowane przez Gminę Ostrowiec Św.

**[Dowód: akta kontroli str. 759-764]**

Umowa Nr UM/1127/W/UB/349/281/41/2009 zawarta w trybie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych w dniu 31 grudnia 2009 r. pomiędzy Gminą Ostrowiec Św. a OST-PRESS Gazeta Ostrowiecka Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie Informatora Samorządowego w tygodniku lokalnym w oparciu o materiały przygotowane przez Gminę Ostrowiec Św. Postanowiono, że Informator ukazywać się będzie jeden raz w tygodniu, w objętości minimum jednej strony formatu A3 tygodniowo, z możliwością zwiększenia objętości do maksymalnie cztery strony.

Strony umowy ustaliły, że wynagrodzenie wynosić będzie 500 zł plus 22% VAT. Razem cena zlecenia wyniesie 610 zł brutto. Wartość umowy nie przekroczy brutto 126.880 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT, przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem

bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury. W umowie postanowiono, że zamawiający w przypadku niedotrzymania warunków przez zleceniobiorcę określonych w umowie skutkować będzie nie uregulowaniem płatności za wydanie Informatora, w którym zawarto niedozwolone zmiany, polemikę lub komentarz. Zlecający może rozwiązać umowę za siedmiodniowym terminem wypowiedzenia. Umowę zawarto na okres jednego roku. Umowę podpisał Prezydent Ostrowca Św. Pan Jarosław Wilczyński i Wojciech Ryszard Turczyński Prezes Zarządu OST-PRESS Gazeta Ostrowiecka.

**[Dowód: akta kontroli str. 765-769]**

Na podstawie ewidencji księgowej konta 201-5 Rozrachunki z odbiorcami i dostawcami – OST PRESS Agencja Reklamowa Gazety Ostrowieckiej ustalono, że w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2010 r. Agencja Reklamowa wystawiła 12 faktur VAT dotyczących wydawania i zamieszczania w Gazecie Ostrowieckiej, zgodnie z umową Miejskiego Informatora Samorządowego na ogólną kwotę 90.890 zł. Każdą z 12 wystawionych faktur prawidłowo opisano, sprawdzono pod względem merytorycznym i rachunkowym. Zatwierdzono do wypłaty. Wydatki prawidłowo ujęto w klasyfikacji budżetowej Dział 750 – Administracja Publiczna, rozdział 75095 – Pozostała działalność, § 4300 – Zakup usług pozostałych.

**[Dowód: akta kontroli str. 770-811]**

W dniu 30 grudnia 2009 r. Kierownik Zespołu Prasowo – Informacyjnego Pani Anna Niedbała wystąpiła do prezydenta miasta o wyrażenie zgody na zawarcie umowy z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” na publikowanie i wydawanie Informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Wiadomości Świętokrzyskie” w okresie od 4 stycznia do 28 czerwca 2010 r. łącznie 26 wydań. Wartość umowy 31.720 zł brutto, płatne ze środków Zespołu Prasowo – Informacyjnego dział 750, rozdział 75095, § 4300. W piśmie podano, że cena została ustalona na podstawie ustnych negocjacji w dniu 18 grudnia 2009 r. Negocjacji dokonał kierownik Zespołu Prasowo – Informacyjnego Pani Anna Niedbała. W piśmie przywołano § 2, ust. 9 załącznika do Okólnika nr 4/2007 Prezydenta Miasta Ostrowca Św., z dnia 22 czerwca 2007 r., i na tej podstawie umowa zostanie zawarta z „Informacją i Wiedzą” jako wydawcą jednego z tygodników lokalnych w Ostrowcu Św.

**[Dowód: akta kontroli str. 845]**

Ustalono, że Okólnik Nr 4/2007 Prezydenta Miasta z dnia 22 czerwca 2007 r. dotyczył ustanowienia procedury udzielania przez Gminę Ostrowiec Św. zamówień których wartość nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości 14.000 euro. W regulaminie udzielania przez Gminę Ostrowiec Św. zamówień których wartość nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości 14.000 euro, stanowiącego integralną część ww. okólnika, w § 2 ust. 9 zapisano, że *„W wyjątkowych przypadkach, gdy zachodzi pilna obiektywna potrzeba natychmiastowego udzielenia zamówienia lub gdy z przyczyn technicznych, organizacyjnych*

*lub technologicznych uzasadnione jest udzielenie zamówienia konkretnemu wykonawcy – na uzasadniony wniosek naczelnika wydziału Prezydent miasta może wyrazić zgodę na odstąpienie od niniejszej procedury”.*

**[Dowód: akta kontroli str. 846-851]**

W dniu 4 stycznia 2010 r. Urząd zawarł umowę Nr UM/6-W/UB/6/281/1/2010 ze Spółką z o.o. „Informacja i Wiedza” w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie „Informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Wiadomości Świętokrzyskie” w oparciu o materiały przygotowane przez Urząd.

Strony umowy ustaliły, że wynagrodzenie wynosić będzie 500 zł plus 22% VAT. Razem cena zlecenia wyniesie 610 zł brutto. Wartość umowy nie przekroczy brutto 31.720 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT, przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury.

Umowa została zawarta na okres od dnia 4 stycznia 2010 r. do dnia 28 czerwca 2010 r.

Umowę ze strony Urzędu podpisał Prezydent Miasta Ostrowca Św. Jarosław Wilczyński.

**[Dowód: akta kontroli str. 852-854]**

Umowa została zawarta z pominięciem ustawy Prawo zamówień publicznych. Wartość przedmiotu umowy wyniosła 31.720 zł, co stanowiło 8.262,57 euro, wg przelicznika określonego w rozporządzeniu Prezesa rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2009 r. w sprawie średniego kursu złotego w stosunku do euro stanowiącego podstawę przeliczenia wartości zamówienia publicznego.

W dniu 15 czerwca 2010 r. kierownik Zespołu Prasowo – Informacyjnego Pani Anna Niedbała wystąpiła o zawarcie umowy ze Spółką z o.o. „Informacja i Wiedza” w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie „Informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Wiadomości Świętokrzyskie” w okresie od 1 lipca do 31 grudnia 2010 r. Warunki umowy były identyczne jak w umowie zawartej w dniu 4 stycznia 2010 r. Wartość umowy ustalono na kwotę 31.720 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 855]**

W dniu 21 czerwca 2010 r. Urząd zawarł umowę Nr UM/605-W/UB/220/281/15/2010 ze Spółką z o.o. „Informacja i Wiedza” w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie „Informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Wiadomości Świętokrzyskie” w oparciu o materiały przygotowane przez Urząd.

Umowa została zawarta na okres od dnia 1 lipca 2010 r. do dnia 31 grudnia 2010 r.

Strony umowy ustaliły, że wynagrodzenie wynosić będzie 500 zł plus 22% VAT. Razem cena zlecenia wyniesie 610 zł brutto. Wartość umowy nie przekroczy brutto 31.720 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT.



przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury.

Umowę ze strony Urzędu podpisał Wiceprezydent Miasta Ostrowca Św. Pan Jarosław Piotr Kopański.

**[Dowód: akta kontroli str. 856-859]**

Na podstawie ewidencji księgowej konta 201-5 Rozrachunki z odbiorcami i dostawcami – „Informacja i Wiedza” Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. ustalono, że Spółka w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2010 r. wystawiła 12 faktur dotyczących wydawania i zamieszczania w Wiadomościach Świętokrzyskich, zgodnie z umową Miejskiego Informatora Samorządowego na ogólną kwotę 62.220 zł. Każdą z 12 wystawionych faktur prawidłowo opisano, sprawdzono pod względem merytorycznym i rachunkowym. Zatwierdzono do wypłaty. Wydatki prawidłowo ujęto w klasyfikacji budżetowej Dział 750, rozdział 75095, § 4300.

**[Dowód: akta kontroli str. 860-892]**

Z analizy dwóch umów zawartych ze Spółką „Informacja i Wiedza” na publikowanie informatora samorządowego w „Wiadomościach Świętokrzyskich” wynika, że przedmiot umowy jest identyczny dla każdej z zawartych umów z ww. spółką. Całkowita wartość dwóch umów, które zostały rozliczone na podstawie wystawionych 12 faktur w 2010 r. wyniosła 62.220 zł, co stanowiło równowartość 16.207,37 euro.

W dniu 5 stycznia i 15 czerwca 2010 r. kierownik Zespołu Prasowo – Informacyjnego Pani Anna Niedbała wystąpiła o zawarcie umowy z firmą Media Regionalne spółka z o.o. w Warszawie na publikację informatora samorządowego w tygodniku „Echo Ostrowieckie” w okresie od 14 stycznia 2010 r. do 24 czerwca 2010 r. i od 1 lipca 2010 r. do 31 grudnia 2010 r.

**[Dowód: akta kontroli str. 893-894]**

Gmina w 2010 r. zawarła dwie umowy na publikowanie Miejskiego Informatora Samorządowego przez spółkę z o.o. Media Regionalne z siedzibą w Warszawie na łamach tygodnika „Echo Ostrowieckie”:

- Umowa z dnia 7 stycznia 2010 r. Nr UM/48-W/UB/19/281/3/2010 – wynagrodzenie za publikację Informatora wyniesie 1.000 zł za każdą jedną emisję plus 22% VAT, tj. 220 zł, łącznie 1.220 zł. Wartość umowy nie przekroczy brutto 29.280 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT, przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury. Umowa została zawarta na czas określony od 14 stycznia 2010 r. do 25 czerwca 2010 r.
- Umowa z dnia 21 czerwca 2010 r. Nr UM/720-W/UB/237/281/17/2010 – wynagrodzenie za publikację Informatora wyniesie 1.000 zł za każdą jedną emisję plus 22% VAT,

tj. 220 zł, łącznie 1.220 zł. Wartość umowy nie przekroczy brutto 32.940 zł. Umowa została zawarta na czas określony od 1 lipca 2010 r. do 31 grudnia 2010 r.

**[Dowód: akta kontroli str. 895-902]**

Z konta 201-5 Rozrachunki z odbiorcami i dostawcami – Media Regionalne Spółka z o.o. w Warszawie wynika, że z tytułu zamieszczania w Echu Ostrowieckim Miejskiego Informatora Samorządowego wystawiła 12 faktur VAT na ogólną kwotę 62.220 zł. Każda z 12 wystawionych faktur prawidłowo opisano, sprawdzono pod względem merytorycznym i rachunkowym. Zatwierdzono do wypłaty. Wydatki prawidłowo ujęto w klasyfikacji budżetowej Dział 750 - , rozdział 75095 - § 4300 - .

**[Dowód: akta kontroli str. 903-950]**

Z analizy dwóch umów zawartych ze Spółką z o.o. Media Regionalne w Warszawie na publikowanie informatora samorządowego w „Echu Ostrowiecki” wynika, że przedmiot umowy jest identyczny dla każdej z zawartych umów z ww. spółką. Całkowita wartość dwóch umów, które zostały rozliczone na podstawie 12 faktur VAT na ogólną kwotę 62.220 zł, co stanowiło równowartość 16.207,37 euro.

Z uchwały budżetowej na rok 2010 wynika, że plan wydatków w dziale 750 Administracja publiczna, rozdziale 75095 – Pozostała działalność zadania pn. „Informacja lokalna wynika, że przewidywane w planie wydatki wynosiły 370.000 zł, w tym zakup usług pozostałych 340.000 zł. W dniu 29 kwietnia 2010 r. dokonano zwiększenia wydatków o kwotę 30.000 zł. Plan na dzień 31 grudnia wyniósł 400.000 zł.

Z ewidencji księgowej wynika, że Urząd na podstawie 36 faktur wypłacił dla trzech mediów lokalnych działających na terenie Ostrowca Św. 215.330 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 1144]**

Z wyjaśnienia złożonego przez Kierownika Biura Prezydenta p. Annę Niedbała wynika, że Biuro Prezydenta Miasta prowadzi szeroko rozumianą politykę informacyjną, której celem jest zapewnienie mieszkańcom Ostrowca Świętokrzyskiego kompleksowych i rzetelnych wiadomości, związanych z funkcjonowaniem samorządu lokalnego. Przekazywanie bieżących informacji o polityce społecznej i gospodarczej jak największej liczbie odbiorców wymaga zaangażowania mediów. Biorąc pod uwagę, że gazety lokalne docierają do odrębnych grup czytelników, Miejski Informator Samorządowy ukazuje się nie tylko w „Gazecie Ostrowieckiej”, ale także w „Wiadomościach Świętokrzyskich” i „Echu Ostrowieckim” – z racji ograniczeń finansowych w zmniejszonej objętości i zawiera tylko najistotniejsze informacje. Nie uzasadniłam niniejszego wniosku na piśmie, ale został przez mnie uzasadniony ustnie, podczas posiedzenia zarządczego, gdzie rozpatrywane są wszystkie sprawy i wnioski związane z bieżącą obsługą procesu decyzyjnego Prezydenta Miasta. Na pytanie dlaczego jako kierownik Zespołu Prasowo – Informacyjnego występowała Pani w dniu 30 grudnia 2009 r. do Prezydenta miasta o wyrażenie zgody na zawarcie umowy z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. i w dniu

5 stycznia 2010 r. z firmą Media Regionalne na publikowanie informatora samorządowego skoro w dniu 17 grudnia 2009 r. wystąpiła Pani do Prezydenta o udzielenie zamówienia publicznego w formie przetargu nieograniczonego na publikowanie informatora samorządowego pn. „Miejski Informator Samorządowy” w gazecie lokalnej. Z rozstrzygniętego przetargu wynika, że Gmina podpisała umowę z Spółką z o.o. Ost-Press Gazeta Ostrowiecka z Ostrowca Św. pozostali wydawcy nie przystąpili do przetargu, wyjaśniająca stwierdziła, że *celem prowadzonej przez Biuro Prezydenta Miasta szeroko rozumianej polityki informacyjnej, jest zapewnienie naszym mieszkańcom kompleksowej i rzetelnej informacji związanej z funkcjonowaniem samorządu lokalnego. Jego realizacja wymaga od nas wykorzystywania i zwiększania liczby stosowanych kanałów komunikacyjnych. Prowadzenie działalności informacyjnej realizujemy poprzez: publikację Miejskiego Informatora Samorządowego, emisję telewizyjnych programów informacyjnych, czaty internetowe prowadzone z udziałem Prezydenta Miasta, systematycznie organizowane konferencje prasowe, codzienną aktualizację strony internetowej. Ponieważ zwiększanie liczby odbiorców informacji samorządowych jest naszym bezpośrednim celem, tak więc publikacja Miejskiego Informatora Samorządowego nie w jednym, a we wszystkich gazetach lokalnych jest jak najbardziej uzasadniona. Rozszerzamy dzięki temu liczbę potencjalnych odbiorców tychże informacji. Przemawia za tym również fakt, że nakład „Gazety Ostrowieckiej”, która wygrała postępowanie przetargowe na publikację Miejskiego Informatora Samorządowego wynosi 10.000 egzemplarzy, „Wiadomości Świętokrzyskich” wynosi 5.000 zaś „Echa Ostrowieckiego” – 9.000 egzemplarzy. Dodatkowym argumentem przemawiającym za podpisaniem umowy z „Echem Ostrowieckim” jest również to, że gazeta ukazuje się w każdy czwartek jako gazeta bezpłatna i w każdy piątek, jako dodatek do płatnej gazety „Echo Dnia”. Zresztą docierały do nas informacje od mieszkańców i przedsiębiorców, zainteresowanych ogłoszeniami zamieszczanymi w Miejskim Informatorze Samorządowym, że forma publikacji tylko w jednej gazecie jest niewystarczająca, gdyż pozostałe cieszą się również dużą poczytnością, zwłaszcza te bezpłatne.*

Na pytanie dlaczego w 2010 r. Św. wniosowała Pani do Prezydenta o podpisano dwóch umów z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. dzieląc przedmiot umowy o nazwie publikowanie informatora samorządowego pn. „Miejski Informator Samorządowy” na wydawanie w terminie od 4 stycznia do 28 czerwca 2010 r. i od 1 lipca do 31 grudnia 2010 r. ustalając wartość umowy po 31.720 zł każda oraz dlaczego w 2010 r. wniosowała Pani do Prezydenta o podpisano dwóch umów z firmą Media Regionalne Spółką z o.o. w Warszawie dzieląc przedmiot umowy o nazwie publikowanie informatora samorządowego pn. „Miejski Informator Samorządowy” na wydawanie w terminie od 14 stycznia do 25 czerwca 2010 r. i od 1 lipca do 31 grudnia 2010 r. ustalając wartość umowy odpowiednio 29.280 zł i 32.940 zł, Pani Anna Niedbała wyjaśniła, że powyższa sytuacja wynika z faktu, iż w momencie podpisywania pierwszej umowy

z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Sp. z o.o. w Ostrowcu Świętokrzyskim w dniu 4 stycznia 2010 r. oraz w dniu 7 stycznia 2010 r. z firmą Media Regionalne Spółką z o.o. w Warszawie, ograniczenia budżetowe nie pozwalały na zawarcie jej na cały rok 2010. Natomiast w kwietniu 2010 r. otrzymaliśmy dodatkowe środki dzięki czemu mogła zostać zawarta umowa na emisję „Miejskiego Informatora Samorządowego” w drugim półroczu 2010 roku.

Na pytanie dlaczego dokonano podziału zamówienia publicznego bez przeprowadzenia procedury przetargowej pani Anna Niedbała stwierdziła, że nie zastosowano procedury przetargowej, wykorzystując art. 4 pkt 8 ustawy Prawo zamówień publicznych. Zgodnie z tym przepisem, ustawy nie stosuje się do zamówień, których wartość nie przekracza wyrażonej w złotych równowartości kwoty 14 000 euro, przy czym podstawą ustalenia wartości zamówienia jest całkowite szacunkowe wynagrodzenie wykonawcy bez podatku od towarów i usług (art. 32 w/w ustawy). Na podstawie § 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2009 r. w sprawie średniego kursu złotego w stosunku do euro, stanowiącego podstawę przeliczania wartości zamówień publicznych, obowiązującego od dnia 1 stycznia 2010 r., średni kurs złotego w stosunku do euro, stanowiący podstawę przeliczania wartości zamówień publicznych wynosi 3,839 zł. 14 000 euro według podanej podstawy przeliczania daje 53 746 zł, co powiększone o stawkę 22 % podatku od towarów i usług daje **65 570,12 zł**. Dwie umowy, zawarte w 2010 r. z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Sp. z o.o. w Ostrowcu Świętokrzyskim, mają wartość po 31 720 zł każda, co łącznie daje kwotę 63 440 zł. Natomiast dwie umowy, zawarte w 2010 r. z firmą Media Regionalne Sp. z o.o. w Warszawie, mają wartość 29 280 zł i 32 940 zł, co łącznie daje kwotę 62 220 zł. Obie te wartości są niższe niż wyrażona w złotych równowartość kwoty 14 000 euro, zawartej w art. 4. pkt 8 ustawy Prawo zamówień publicznych.

[Dowód: akta kontroli str. 1138-1142, 1145]

Z wyjaśnienia Prezydenta Miasta Ostrowca Św. Pana Jarosława Wilczyńskiego wynika, że wszelkie wnioski są rozpatrywane podczas cotygodniowych posiedzeń zarządczych. Poza materiałami przygotowanymi na piśmie, poszczególni naczelnicy, kierownicy są niekiedy proszeni o bardziej szczegółowe wyjaśnienie, doprecyzowanie przedkładanej sprawy. Pani Anna Niedbała – Kierownik Zespołu Prasowo-Informacyjnego, przedstawiając powyższy wniosek uzasadniła, że w związku z interwencjami ze strony mieszkańców, a głównie ze strony środowiska przedsiębiorców informacje związane z bieżącym funkcjonowaniem samorządu są podawane do publicznej wiadomości w sposób niewystarczający. Dużą poczytnością cieszą się poza „Gazetą Ostrowiecką” również „Wiadomości Świętokrzyskie” oraz „Echo Ostrowieckie”, które w każdy czwartek ukazują się jako gazeta bezpłatna. Gdybyśmy chcieli nawet sporadycznie zamieszczać tam ogłoszenia np. o przetargach, czy sprzedażach nieruchomości gminnych to niewątpliwie okazałoby się, że

*cena za publikację ogłoszenia przekroczyłaby wartość wykupionej strony Miejskiego Informatora Samorządowego.*

Na pytanie dlaczego podpisał pan umowy, bez zastosowania procedur określonych w ustawie z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych, z Przedsiębiorstwem Media Regionalne Spółka z o.o. w Warszawie (na okres od 14 stycznia do 24 czerwca 2010 r. – umowa o wartości 29.280 zł i od 1 lipca do 31 grudnia 2010 r. o wartości umowy 32.940 zł) oraz z Wydawnictwem „Informacja i Wiedza Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. (na okres od 4 stycznia do 28 czerwca 2010 r. za kwotę 31.720 zł skoro w II półroczu 2010 r. usługa była kontynuowana na podstawie umowy podpisanej na okres od 5 lipca do 27 grudnia 2010 r. za kwotę 31.720 zł przez działającego z Pana upoważnienia, pana wiceprezydenta Jarosław Piotra Kopańskiego) wyjaśniający stwierdził, że *w pierwszy przypadku wartość tych umów nie przekroczyła równowartości 14.000 euro. Na podstawie § 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2009 r. w sprawie średniego kursu złotego w stosunku do euro, stanowiącego podstawę przeliczania wartości zamówień publicznych, obowiązującego od dnia 1 stycznia 2010 r., średni kurs złotego w stosunku do euro, stanowiący podstawę przeliczania wartości zamówień publicznych wynosi 3,839 zł. 14 000 euro według podanej podstawy przeliczania daje 53 746 zł, co powiększone o stawkę 22 % podatku od towarów i usług daje 65 570,12 zł. Dwie umowy zawarte w 2010 roku z firmą Media Regionalne Sp. z o.o. w Warszawie opiewają na łączną kwotę 62 220 zł. Również w przypadku umów zawartych z Wydawnictwem „Informacja i Wiedza Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. ich wartość nie przekroczyła 14.000 euro. Według podanej podstawy przeliczania daje 53 746 zł, co powiększone o stawkę 22 % podatku od towarów i usług daje 65 570,12 zł. Dwie umowy zawarte w 2010 roku z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Sp. z o.o. w Ostrowcu Świętokrzyskim, mają wartość po 31 720 zł każda, co łącznie daje kwotę 63 440 zł.*

**[Dowód: akta kontroli str. 1124-1126]**

Z przesłuchania w charakterze świadka Pana Jarosława Piotra Kopańskiego byłego Prezydenta Miasta Ostrowca Św. wynika, że umowę na opublikowanie Informator samorządowego w „Wiadomościach Ostrowieckich” na okres od 1 lipca do 31 grudnia 2010 r. za kwotę 31.720 zł, podpisał ponieważ wartość umowy zawartej na cały 2010 r. nie przekraczała równowartości 14.000 euro. Dlatego uznał, że nie zachodziła konieczność uruchamiania procedury przetargowej.

**[Dowód: akta kontroli str. 1146]**

W I półroczu 2011 r. Gmina na publikowanie Miejskiego Informatora Samorządowego zawarła cztery umowy.

W dniu 27 grudnia 2010 r. Zespół Prasowo – Informacyjny wystąpił do Prezydenta Miasta o wyrażenie zgody na zawarcie dwóch umów z wydawnictwem „Informacja i Wiedza” Spółka z o.o. na publikowanie informatora samorządowego w tygodniku lokalnym



„Wiadomości Świętokrzyskie” w okresie 3 stycznia 2011 r. do 30 grudnia 2011 r. i umowy z Ost Press” Spółka z o.o. na publikowanie informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Gazeta Ostrowiecka” w okresie 3 stycznia 2011 r. do 30 grudnia 2011 r.

Przewidywana wartość umowy ze Spółką z o.o. „Informacja i Wiedza” 31.980 zł, a dla „Ost Press” Spółki z o.o. wartość umowy wyznaczono na kwotę 63.960 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 951-952]**

W dniu 30 grudnia 2010 r. zawarto umowę Nr UM/1194/-W/ZL/158/ZPI/33/2010 pomiędzy Gminą Ostrowiec Św. a OST-PRESS „Gazeta Ostrowiecka” Spółka z o.o. w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie Informatora Samorządowego w tygodniku lokalnym w oparciu o materiały przygotowane przez Gminę Ostrowiec Św.

Strony umowy ustaliły, że wynagrodzenie wynosić będzie 500 zł plus 23% VAT. Razem cena zlecenia wyniesie 615 zł brutto. Wartość umowy nie przekroczy brutto 63.960 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT, przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury. Równowartość kwoty przewidzianej za realizację umowy w przeliczeniu na euro wyniosła 16.660,59 euro.

**[Dowód: akta kontroli str. 953-955]**

Z ewidencji księgowej wynika, że w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 r. Spółka wystawiła sześć faktur na ogólną kwotę 31.980 zł. Wszystkie zobowiązania z tytułu umieszczenia Miejskiego Informatora Samorządowego w Gazecie Ostrowieckiej zostały uregulowane.

**[Dowód: akta kontroli str. 956-972]**

W dniu 30 grudnia 2010 r. Urząd zawarł umowę Nr UM/1193-W/ZL/157/ZPI/32/2010 ze Spółką z o.o. „Informacja i Wiedza” w Ostrowcu Św. na publikowanie i wydawanie „Informatora samorządowego w tygodniku lokalnym „Wiadomości Świętokrzyskie” w oparciu o materiały przygotowane przez Urząd.

Strony umowy ustaliły, że wynagrodzenie wynosić będzie 500 zł plus 23% VAT. Razem cena zlecenia wyniesie 615 zł brutto. Wartość umowy nie przekroczy brutto 31.980 zł. Ustalono, że wynagrodzenie przekazywane będzie wykonawcy na podstawie faktury VAT, przekazywanej do dnia 5 każdego miesiąca za miesiąc poprzedni, przelewem bankowym, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury.

Umowa została zawarta na okres od dnia 1 stycznia 2011 r. do dnia 31 grudnia 2011 r.

Umowę ze strony Urzędu podpisał Prezydent Miasta Ostrowca Św. Jarosław Wilczyński.

**[Dowód: akta kontroli str. 973-975]**

Z ewidencji księgowej wynika, że w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 r. Spółka wystawiła sześć faktur na ogólną kwotę 15.990 zł. Wszystkie zobowiązania z tytułu



umieszczania Miejskiego Informatora Samorządowego w Wiadomościach Świętokrzyskich zostały uregulowane.

**[Dowód: akta kontroli str. 976-991]**

Gmina w I półroczu 2011 r., na wniosek kierownika Zespołu Prasowo – Informacyjnego Pani Anny Niedbały, za zgodą Prezydenta Miasta, zawarła również dwie umowy na publikowanie Miejskiego Informatora Samorządowego przez spółkę z o.o. Media Regionalne z siedzibą w Warszawie na łamach tygodnika „Echo Ostrowieckie”:

- Umowa z dnia 30 grudnia 2010 r. Nr UM/1195-W/ZL/159/ZPI/34/2010 wynagrodzenie za publikację Informatora wyniesie 750 zł za każdą jedną emisję plus 23% VAT, tj. 172,5 zł łącznie 922,5 zł. Wartość umowy nie przekroczy brutto 23.985 zł. Umowa została zawarta na czas określony od 1 stycznia 2011 r. do 30 czerwca 2011 r.
- Umowa z dnia 27 czerwca 2011 r. Nr UM/436-W/UB/171/BPM/8/2011 – wynagrodzenie za publikację Informatora wyniesie 750 zł za każdą jedną emisję plus 23% VAT, tj. 172,5 zł łącznie 922,5 zł. Wartość umowy nie przekroczy brutto 24.907,50 zł. Umowa została zawarta na czas określony od 1 lipca 2011 r. do 31 grudnia 2011 r.

**[Dowód: akta kontroli str. 992-1001]**

Z ewidencji księgowej wynika, że w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2011 r. Spółka z o.o. Media Regionalne wystawiła sześć faktur na ogólną kwotę 23.062,50 zł. Wszystkie zobowiązania z tytułu umieszczenia Miejskiego Informatora Samorządowego w Echu Ostrowieckim zostały uregulowane.

**[Dowód: akta kontroli str. 1002-1024]**

Z wyjaśnienia Prezydenta Miasta Ostrowca Św. Pana Jarosława Wilczyńskiego wynika, że *wartość umowy na publikowanie i wydawanie Informatora samorządowego w 2011 r. w Gazecie Ostrowieckiej nie przekroczyła równowartości 14.000 euro.*

**[Dowód: akta kontroli str. 11147]**

W 2011 r. plan wydatków na 1 stycznia 2011 r. wynosił w dziale 750 – Administracja publiczna, rozdział 75095 – Pozostała działalność zadanie „Informacja lokalna” 255.200 zł. Na tomista na dzień 10 listopada 2011 r. wydatki zwiększono do kwoty 283.200 zł.

**[Dowód: akta kontroli str. 1148]**

#### **6.5. Wyjazdy służbowe w latach 2010 – 2011, ile i jakie oraz ile osób oraz wydatki.**

W 2010 r. pracownicy Urzędu uczestniczyli w ramach delegacji służbowych w 22 wyjazdach po terenie kraju w ramach promocji Gminy. Celem wyjazdów było: spotkania, konsultacje, uczestnictwo w walnych zebraniach, uczestnictwo w targach turystycznych, kampaniach promocyjnych „Ostrowiec Świętokrzyski aktywnie i alternatywnie”, dostarczania materiałów promocyjnych do punktów informacji turystycznej.. Wszystkie wyjazdy miały charakter organizacyjny związany z realizacją podejmowanych działań promocyjnych.

W I połowie 2011 r. pracownicy Urzędu uczestniczyli w sześciu wyjazdach związanych z promocją Miasta Ostrowca Św.

[Dowód: akta kontroli str. 1025-1026]

W 2010 r. w ramach współpracy z zagranicą odbyto 11 podróży służbowych, w których uczestniczyli: Prezydent Miasta Ostrowca Św. w trzech wyjazdach zagranicznych, Marek Nowak – naczelnik Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej w dwóch wyjazdach, Zbigniew Wesołowski pracownik Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej w dwóch wyjazdach, Anna Niedbała Kierownik Biura Prezydenta uczestniczyła w dwóch wyjazdach, Marzena Dębniak Sekretarz Gminy w jednym wyjeździe.

- Delegacja Gminy do miasta partnerskiego Gennevilliers w dniach 9 – 11 stycznia 2010 r. Udział w spotkaniu noworocznym organizowanym przez mera Gennevilliers dla miast partnerskich;
- Prezydent Miasta uczestniczył w wyjeździe do Mińska w dniach 10 – 14 stycznia 2010 r. na zaproszenie Białoruskiego Towarzystwa Przyjaźni i Kultury z zagranicznymi krajami;
- Delegacja Gminy do Lwowa w dniach 11 – 12 lutego 2010 r. na zaproszenie rektora i senatu Narodowego Uniwersytetu Sportu we Lwowie;
- Delegacja Gminy na międzynarodowe targi inwestycyjne w Cannes w dniach 15 – 20 marca 2010 r.;
- Prezydent Miasta uczestniczył w światowej wystawie EXPO 2010 oraz targach SIAL w Szanghaju w Chinach w dniach 14 – 22 maja 2010 r.
- Delegacja Gminy do Zurychu i Monachium w dniach 13 – 17 czerwca 2010 r., w ramach uczestnictwa Gminy w projekcie „Świętokrzysko – Podkarpacki klaser energetyczny”;
- Delegacja Gminy do Gennevilliers w dniach 18 – 21 czerwca 2010 r. na zaproszenie mera w związku z udziałem w festiwalu folklorystycznym;
- Delegacja Gminy do Gussing w Austrii w dniach 7 – 11 września 2010 r. na misję branżową w ramach uczestnictwa Gminy w projekcie „Świętokrzysko – Podkarpacki klaser energetyczny”;
- Delegacja Gminy do Biała Cerkiew na Ukrainie – miasta bliźniaczego w dniach 16 – 20 września 2010 r, na zaproszenie mera miasta;
- Wyjazd przedstawiciela Gminy do Monachium w dniach 3 – 7 października 2010 r. na międzynarodowe targi inwestycyjne EXPO REAL 2010.

W I półroczu 2011 r. w dwóch delegacjach w ramach współpracy międzynarodowej uczestniczyło cztery osoby, w tym: Prezydent Miasta Pan Jarosław Wilczyński, Sekretarz Gminy Pani Marzena Dębniak, Naczelnik Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej Gminy Pan Marek Nowak.

Spotkaniu noworocznym przedstawicieli miast partnerskich w Gennevilliers we Francji uczestniczyło dwóch przedstawicieli Gminy Ostrowiec Św. oraz tłumacz. Natomiast w Czechach w ramach Świętokrzysko-Podkarpackiego Klaseru Energetycznego –

przygotowanie polskich gmin do wdrażania technologii wytwarzania energii cieplnej i elektrycznej ze źródeł odnawialnych uczestniczył jeden pracownik Gminy.

**[Dowód: akta kontroli str. 1027-1028]**

Na podstawie ewidencji księgowej ustalono, że koszty wyjazdów zagranicznych, w tym: diet, paliwa, ubezpieczenia uczestników wyjazdu, udziału tłumacza wyniosły ogółem 12.500,69 zł. Natomiast w I półroczu 2011 r. koszty wyjazdów służbowych w ramach wyjazdów międzynarodowych wyniosły 648,56 zł.

Z analizy delegacji służbowych na wyjazdy zagraniczne wynika, że w druku delegacji podany jest cel promocja gospodarcza miasta, przejazd na terenie kraju do miejsca wyjazdu samolotem lub miejsca przeznaczenia samochodem służbowym. Do delegacji załączano program wyjazdu, zgoda Rady Miasta na wyjazd zagraniczny, wniosek o pobranie i rozliczenie zaliczki pobranej na wyjazd zagraniczny.

**[Dowód: akta kontroli str. 1094-1020]**

Wydatki na delegacje służbowe – wyjazdy międzynarodowe ewidencjonowane są w Dziale 750 – Administracja publiczna, rozdział 75095 – Pozostała działalność, § 4420 – Podróże służbowe zagraniczne.

W 2010 r. w planie wydatków wg klasyfikacji budżetowej i zadań za okres od 1 stycznia 2010 r. do 31 grudnia 2010 r. ujęto kwotę 15.000 zł. poniesione wydatki wyniosły 12.500,69 zł.

W 2011 r. plan wydatków na delegacje służbowe – wyjazdy zagraniczne przyjęto w kwocie 12.000 zł. Do dnia 30 czerwca 2011 r. wydatkowano kwotę 648,56 zł, tj. 54% planowanych wydatków ogółem.

**[Dowód: akta kontroli str. 1030-1031]**

Kontrolujący poinformował Pana Jarosława Wilczyńskiego Prezydenta Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego, o przysługującym mu prawie:

- zgłoszenia przed podpisaniem protokołu kontroli, w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego protokołu kontroli, pisemnych, umotywowanych zastrzeżeń, co do ustaleń zawartych w protokole kontroli (art. 55 ust. 1 i 2 ustawy o NIK);
- odmowy podpisania niniejszego protokołu kontroli, z jednoczesnym obowiązkiem złożenia na tę okoliczność, w terminie 7 dni, wyjaśnień dotyczących przyczyn odmowy podpisania protokołu kontroli (art. 57 ust. 1 ustawy o NIK) w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń, termin 7 dni - zgodnie z art. 57 ust. 2 ustawy o NIK - biegnie od dnia otrzymania ostatecznej uchwały w sprawie ich rozpatrzenia;



- złożenia z własnej inicjatywy na piśmie dodatkowych wyjaśnień, co do przyczyn i okoliczności powstania nieprawidłowości opisanych w niniejszym protokole kontroli, w terminie uzgodnionym z kontrolerem (art. 59 ust. 2 ustawy o NIK).

O przeprowadzeniu kontroli dokonano wpisu do rejestru ewidencji kontroli Urzędu Miasta w Ostrowcu Świętokrzyskim pod poz. 4.

Ostrowiec Św., dnia 22 listopada 2011 r.

Główny specjalista kp.  
Najwyższej Izby Kontroli  
Delegatury w Kielcach



Zbigniew Biegaj

Ostrowiec Św., dnia        listopada 2011 r.



**Prezydent**  
**Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego**

**Jarosław Wilczyński**

00.1710.3.2011



**Najwyższa Izba Kontroli  
Delegatura w Kielcach**

Kielce, dnia 25 listopada 2011 r.

*P. Dyk. H. Polowinski*

**Pan  
Jarosław Wilczyński  
Prezydent Miasta  
Ostrowca Świętokrzyskiego**

LKI-4101-12-04/2011  
P/11/005

### WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli<sup>1</sup>, zwanej dalej „ustawą o NIK”, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Kielcach przeprowadziła w Urzędzie Miasta w Ostrowcu Świętokrzyskim (*Urząd*) kontrolę w zakresie działań promocyjnych prowadzonych przez gminę Ostrowiec Świętokrzyski w latach 2007 – 2011 (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki zostały przedstawione w protokole kontroli podpisanym w dniu 22 listopada 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 60 ustawy o NIK, przekazuje Panu Prezydentowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli pozytywnie ocenia działalność Prezydenta Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego w zakresie objętym kontrolą.

Ocenę tę uzasadnia:

- podejmowanie działań mających na celu promocję miasta, określonych w *Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski (Strategia)*;
- prawidłowe przeprowadzenie postępowań o udzielenie zamówień publicznych, dotyczących zlecenia podmiotom zewnętrznym działań promocyjnych;
- pozyskanie środków unijnych na dofinansowanie części wydatków związanych z wykonaniem projektu pn. *Kampania promocyjna miasta Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie*;
- terminowe regulowanie zobowiązań finansowych na rzecz wykonawców, w związku z realizacją działań promocyjnych;
- prawidłowe klasyfikowanie, ewidencjonowanie i rozliczanie wydatków na działalność promocyjną.

<sup>1</sup> Dz. U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.

1. Uchwałą Nr XXIII/304/2008 z dnia 30 maja 2008 r. Rada Miasta Ostrowca Świętokrzyskiego przyjęła *Strategię Zrównoważonego Rozwoju Gminy Ostrowiec Świętokrzyski*.

W *Strategii* określono cele (strategiczne, szczegółowe) działań promocyjnych, w tym m.in. w zakresie atrakcyjności inwestycyjnej, handlu i usług, turystyki oraz sposoby osiągnięcia tych celów. Efekty działań promocyjnych wykazywano po zrealizowaniu zadania przewidzianego w dokumencie strategicznym, np.:

- pozyskanie nowych inwestorów w branży szwalniczej, co skutkowało stworzeniem 178 nowych miejsc pracy;
- zwiększenie liczby działań promocyjnych służących wzbogacaniu oferty turystycznej, co pozwoliło w 2010 r. na wzrost liczby osób korzystających z systemu informacji turystycznej oraz organizowanych imprez turystycznych.

W okresie objętym kontrolą podejmowano działania promocyjne przewidziane w *Strategii* dotyczące wzrostu znaczenia gospodarczego miasta, poprzez rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz wzrost inwestycji, wzrost atrakcyjności inwestycyjnej miasta, jak również jego znaczenia w kraju i zagranicą.

Promocją objęto także zadania związane z kreowaniem pozytywnego wizerunku miasta wśród jego mieszkańców i na zewnątrz, umacniania roli Ostrowca Świętokrzyskiego, jako centrum usług finansowo-gospodarczych, edukacyjnych, społecznych, kulturalnych, sportowo-rekreacyjnych i rozrywkowych.

Z wyjaśnień osób odpowiedzialnych za prowadzenie działalności promocyjnej wynikało, że nie zawsze dla podejmowanych działań promocyjnych można było określić mierniki, które mogłyby stanowić podstawę do wyliczenia efektów działań promocyjnych. Takimi działaniami promocyjnymi były wyjazdy służbowe w ramach umów partnerskich między Ostrowcem Świętokrzyskim a Białą Cerkwią na Ukrainie i Gennevilliers we Francji oraz wyjazdy w ramach organizowanych targów. W okresie objętym kontrolą w ramach wymiany partnerskiej w Ostrowcu Świętokrzyskim przebywała 18 osobowa delegacja młodzieży z zaprzyjaźnionego miasta Gennevilliers. W Białej Cerkwi przebywali lekkoatleci z Miejskiego Uczniowskiego Klubu Sportowego THM. W Międzynarodowym Turnieju Siatkówki Kobiet o Puchar Prezydenta Miasta z okazji Dni Ostrowca Św. 2010 uczestniczyły dziewczęta z Liceum Sportowego z Białej Cerkwi.

2. W latach 2007 – 2010 wydatki na działalność promocyjną Gminy zwiększyły się z 307,1 tys. zł do 1.318,0 tys. zł. Udział tych wydatków, w wydatkach ogółem Gminy zwiększył się z 0,22% w 2007 r. do 0,63% w 2010 r. W I półroczu 2011 r. wydatki wyniosły 225,6 tys. zł, co stanowiło 44,7% planowanych na ten cel wydatków w 2011 r.

Na koniec 2010 r. i I półrocza 2011 r. Gmina terminowo realizowała zobowiązania finansowe związane z prowadzeniem promocji.

3. Zgodnie z regulaminem organizacyjnym *Urzędu*, prowadzeniem spraw z zakresu promocji Gminy zajmował się Wydział Rozwoju i Promocji Gospodarczej oraz Biuro Prezydenta Miasta. Pracownicy zatrudnieni w tych komórkach organizacyjnych posiadali wykształcenie i doświadczenie w zakresie wykonywania czynności związanych z promocją jednostki samorządu terytorialnego.



Do zadań pracowników Wydziału Rozwoju i Promocji Gospodarczej należało m.in. gromadzenie, opracowywanie oraz aktualizowanie informacji o możliwościach lokalizacji inwestycji na terenie Gminy i organizowanie misji gospodarczych. Pracownicy Biura Prezydenta Miasta zajmowali się m.in. wykonywaniem prac w zakresie przygotowania i redagowania strony internetowej *Urzędu* oraz miejskiego informatora samorządowego, organizowaniem lokalnych imprez promocyjnych i prowadzeniem promocji Gminy poprzez sport.

4. Badaniami kontrolnymi objęto trzy zamówienia publiczne dotyczące promocji gminy Ostrowiec Świętokrzyski, udzielone „KSZO” Sportowej Spółce Akcyjnej, Klubowi Sportowemu „KSZO” i Agencji Reklamowej HALO. Postępowania w sprawie tych zamówień przeprowadzone zostały zgodnie z przepisami ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych<sup>2</sup>.

W umowach prawidłowo zabezpieczono interesy Gminy, w tym dotyczące należytego wykonania zadań, poprzez obowiązek składania sprawozdań z realizacji zadania, ustanowienie kar umownych za niewykonanie lub nieterminowe wykonanie umowy.

Przy udzielaniu zamówień publicznych o wartości nieprzekraczającej równowartości 14 tys. euro, stosowano procedury określone przez Prezydenta Miasta w okólniku z dnia 22 czerwca 2007 r.

5. Gmina Ostrowiec Świętokrzyski zawarła w dniu 26 czerwca 2010 r. umowę z Zarządem Województwa Świętokrzyskiego o dofinansowanie realizacji w okresie od 8 lutego do 9 sierpnia 2010 r. projektu pn. *Kampania promocyjna miasta Ostrowiec Świętokrzyski – aktywnie i alternatywnie (Projekt)* w ramach *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2007 – 2013*. Całkowita wartość projektu wyniosła 622,9 tys. zł, w tym środki europejskie (w kwocie 294,7 tys. zł) stanowiły 47% całkowitych wydatków kwalifikowalnych, natomiast wkład własny beneficjenta, tj. gminy Ostrowiec Św. (w kwocie 328,2 tys. zł) – 53% kwoty tych wydatków.

Wszystkie zamierzenia przewidziane w projekcie zostały osiągnięte, w tym m.in. utworzono portal internetowy prezentujący w języku polskim, francuskim i angielskim aktywny i alternatywny wizerunek Ostrowca Świętokrzyskiego, wydano płytę promującą Gminę (15 tys. egz.), przewodnik po mieście i okolicy (20 tys. egz.), współorganizowano imprezę pn. *Piknik Gombrowiczowski 2010*, uczestniczono w Targach *Lato 2010* w Warszawie, na terenie miasta i okolicy rozmieszczono tablice informacyjne.

6. Badaniem kontrolnym w zakresie prawidłowości klasyfikowania, ewidencjonowania i rozliczania wydatków na działalność promocyjną, sfinansowaną ze środków własnych gminy, objęto dokumentację 16 działań promocyjnych realizowanych w latach 2007 – 2011 (I półrocze), w tym faktury dotyczące realizacji poszczególnych działań promocyjnych. Stwierdzono, że każda z faktur sprawdzona była pod względem merytorycznym i formalno-rachunkowym oraz zawierała dekretację o zakwalifikowaniu określonego wydatku do wypłaty ze środków budżetowych działu 750 *Administracja publiczna*, rozdział 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego* oraz rozdział 75095 *Pozostała działalność*.

<sup>2</sup> Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.

Na fakturach podany był właściwy paragraf klasyfikacji budżetowej dla danego wydatku, tj. zgodnie z rozporządzeniem Ministra Finansów z 2 marca 2010 r. w sprawie szczegółowej klasyfikacji dochodów, wydatków, przychodów i rozchodów oraz środków pochodzących ze źródeł zagranicznych<sup>3</sup>. Na dekretach znajdowały się podpisy głównego księgowego (skarbnika gminy) i kierownika jednostki (Prezydenta Miasta).

Wobec niestwierdzenia nieprawidłowości, Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje wniosków pokontrolnych.

\* \* \*

Zgodnie z treścią art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, przysługuje Panu Prezydentowi prawo zgłoszenia na piśmie do dyrektora Delegatury NIK w Kielcach umotywowanych zastrzeżeń w sprawie ocen zawartych w tym wystąpieniu.

W przypadku zgłoszenia zastrzeżeń zostaną one rozpatrzone przez właściwą komisję NIK.



DYREKTOR  
Delegatury Najwyższej Izby Kontroli  
w Kielcach



Tadeusz Poddebniak

URZĄD MIASTA .....

Sekretariat .....

Data wpływu .....

Ilość załączników .....

Podpis .....

23.11.2011

1 (e-28600,904)

<sup>3</sup> Dz. U. Nr 38, poz. 207 ze zm.