



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Krakowie**

Kraków, grudnia 2011 r.

**Pan
Marek Sowa
Marszałek
Województwa Małopolskiego
ul. Raławicka 56
30-017 Kraków**

P/11/005
LKR-4101-18-01/2011

Wystąpienie pokontrolne

Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Krakowie przeprowadziła – na podstawie art. 2 ust. 2 ustawy z 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli (Dz.U. z 2007 r., Nr 231, poz. 1701 ze zm.) – kontrolę Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, zwanego dalej Urzędem, w zakresie prowadzenia działań promocyjnych w okresie od 1 stycznia 2010 r. do 30 czerwca 2011 r.

W związku z wynikami tej kontroli, przedstawionymi w protokole podpisanym 1 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Krakowie przekazuje – stosownie do art. 60 ustawy o NIK – niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działania podejmowane w Urzędzie w kontrolowanym zakresie. Pozytywna ocena wynika z prawidłowych, rzetelnych i gospodarnych działań w zakresie promowania województwa małopolskiego.

Uzasadnienie oceny ogólnej stanowią poniższe uwagi i oceny częściowe.

1. Na pozytywną ocenę zasługuje przyjęcie przez Sejmik Województwa Małopolskiego w 2006 r. *Strategii Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2007-2013*, określającej m.in. główne kierunki polityki, w tym *Promocję i wzmocnienie pozycji Małopolski na arenie krajowej i międzynarodowej* oraz działania promocyjne, przewidziane do realizacji do roku 2013. Powyższy dokument został zaktualizowany *Strategią Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2011-2020* uchwaloną przez Sejmik Województwa Małopolskiego we wrześniu bieżącego roku.

Pozytywnie należy ocenić także rozwiązania organizacyjne w zakresie prowadzenia działań promocyjnych oraz zaplanowanie w budżecie województwa środków na sfinansowanie tych działań poprzez realizację zadania W/PT/01/VIII.1 *Promocja Województwa* (4 874 513 zł na 2010 r. i 7 458 568 zł na 2011 r. – wg stanu na koniec II półrocza). W Departamencie Turystyki, Sportu i Promocji Urzędu został powołany Zespół ds. Kreowania Marki *Małopolska* (ZKMM) oraz Zespół ds. Koordynowania Działań Promocyjnych (ZKDP), które zajmowały się realizacją zadań związanych z promocją województwa małopolskiego, a w szczególności: promocją walorów i możliwości rozwojowych województwa w kraju i za granicą, opracowywaniem i realizacją strategii marketingowej budującej wizerunek Małopolski, zapewnieniem udziału Małopolski w wydarzeniach promocyjnych istotnych dla budowania marki Małopolska (ZKMM), koordynowaniem planów działań o charakterze promocyjnym realizowanych przez Urząd i jednostki organizacyjne województwa, koordynowaniem w Urzędzie procesu zakupu podstawowych materiałów reklamowych województwa małopolskiego, doradztwem i konsultacją w zakresie planowanych i podejmowanych działań promocyjnych w departamentach merytorycznych Urzędu (ZKDP). Osoby zatrudnione w tych komórkach posiadały kompetencje do wykonywania działań w zakresie promocji województwa.

Na podkreślenie zasługuje utworzenie przez Marszałka Województwa Małopolskiego, pod koniec lipca 2011 r., Zespołu Zadaniowego ds. Realizacji Spójnych Działań Promocyjnych Województwa Małopolskiego w celu poprawy skuteczności i efektywności przekazu promocyjnego odnoszącego się do marki *Małopolska*.

2. Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie sposób promocji województwa małopolskiego, który przyczynił się do wzmocnienia jego atrakcyjności turystycznej. W szerokim zakresie wykorzystywano m.in. kampanie outdoorowe, motywy etniczne, markowe produkty (takie jak Forum Ekonomiczne w Krynicy-Zdroju), współpracę z różnego rodzaju partnerami i działania typu *public relations* (obecność w Internecie, prasie i telewizji).

W kontrolowanym okresie promowano województwo małopolskie m.in. poprzez: kampanie *Małopolska – Smak Najlepszego* oraz *Małopolska na narty. Krzeselko*, realizację kolejnych Edycji Dni Małopolski w Brukseli we współpracy z Małopolskim Instytutem Kultury, zakup usług promocyjnych w przedsięwzięciach odbywających się w Małopolsce oraz poza granicami kraju (np. Grechuta Festiwal Kraków), organizację kolejnych edycji Małopolskiego Festiwalu Smaku, zakup usług promocyjnych w ramach Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju oraz odbywających się w jego ramach Forum Regionów w Muszynie i Krynicy-Zdroju i Forum Inwestycyjnego w Tarnowie.

Wartościowym narzędziem promocji województwa był także udział w konkursach. W ciągu ostatnich dwóch lat województwo małopolskie zostało laureatem pięciu konkursów, zdobywając m.in. Medal Mercurius Gedanensis w kategorii *Najlepsza kampania promocyjna w Polsce* podczas 14 Gdańskich Targów Turystycznych GTT 2011, I miejsce – Złoty Format w kategorii *Wydawnictwo promocyjne* za serię wydawnictw produktowych: *Małopolska. Zakupy z tradycją, Małopolska. Inspirowane tradycją, Małopolska. Święta, tradycje, zwyczaje* (2011 r.). Małopolski Festiwal Smaku otrzymał w 2011 r. certyfikat na najlepszy Produkt Turystyczny Roku przyznawany przez Polską Organizację Turystyczną.

Kolejnym z narzędzi promujących województwo były strony internetowe, utworzone: w 2000 r. (www.malopolskie.pl), w 2006 r. (www.visit.malopolska.pl), w 2009 r. (www.malopolska.pl) i w 2010 r. (www.smakowanie-malopolski.pl), z których trzy pierwsze regularnie aktualizowano (czwartą utworzono w ramach kampanii letniej). Na utworzenie, utrzymanie i aktualizację tych stron województwo wydatkowało w 2010 r. 29 896 zł, a w I połowie 2011 r. – 14 789 zł. Wspomnieć także należy, że w województwie małopolskim funkcjonowała *Internetowa Telewizja Samorządowa TV Małopolska*.

Skuteczność działań promocyjnych podejmowanych w Urzędzie potwierdzają m.in. badania ruchu turystycznego, które wskazują na wzrost liczby osób odwiedzających Małopolskę i Kraków w 2010 r. w stosunku do roku 2009 (z 10,9 mln do 11,4 mln, tj. o 4,6%) oraz w I kwartale 2011 r. w porównaniu do I kwartału 2010 r. (z 2,4 mln do 2,6 mln, tj. o 6,2%).

3. Najwyższa Izba Kontroli nie wnosi zastrzeżeń do sposobu udzielania zamówień publicznych związanych z promocją województwa małopolskiego. W okresie objętym kontrolą zlecano podmiotom zewnętrznym realizację działań promocyjnych. W 2010 r. zawarto 229 umów, w tym: 147 umów z zastosowaniem trybów określonych w ustawie z 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.), zwanej dalej *upzp*, oraz 82 umowy, do których zastosowano art. 4 *upzp*. W III kwartałach 2011 r. zawarto 249 umów, w tym: 185 z zastosowaniem trybów określonych w *upzp* oraz 64 umowy z zastosowaniem art. 4 *upzp*. Kontrola dokumentacji zamówień, których przedmiotem były:

- zakup przez województwo małopolskie usług promocyjnych w ramach XX Forum Ekonomicznego, które odbyło się w dniach 8-11 września 2010 r. w Krynicy-Zdroju oraz odbywających się w jego ramach Forum Regionów oraz Forum Inwestycyjnego (zamówienie z wolnej ręki udzielone w 2010 r. na 1 200 000 zł);

- usługa polegająca na realizacji kampanii outdoorowej w ramach kampanii promocyjnej *Smakowanie Małopolski 2010* (zamówienie w trybie przetargu nieograniczonego udzielone w 2010 r. na 376 980 zł);
- przeprowadzenie kampanii promocyjnej Małopolski na rynku włoskim w związku z beatyfikacją Jana Pawła II (zamówienie udzielone w 2011 r. z zastosowaniem art. 4 pkt 8 upzp na 44 895 zł);
- dostarczenie 20 000 sztuk małych, różnokolorowych kwiatków drewnianych na łożycze, wykonanych w oparciu o własny projekt, z dodatkowym napisem *Małopolska* na listku, przeznaczonych do celów promocyjnych województwa małopolskiego (zamówienie udzielone w 2010 r. z zastosowaniem art. 4 pkt 8 upzp na 20 000 zł)

wykazała, że przy udzieleniu i realizacji tych zamówień zachowano wymogi określone w upzp oraz w procedurach obowiązujących w Urzędzie, tj. w zarządzeniach Marszałka Województwa Małopolskiego nr 54/2010 z 2 czerwca 2010 r. i nr 87/2007 z 11 czerwca 2007 r. w sprawie udzielania zamówień publicznych w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Małopolskiego.

Badanie dokumentacji ww. zadań, zleconych podmiotom zewnętrznym łącznie za 1 593 875 zł, wykazało, że wydatki te służyły promocji województwa małopolskiego i zostały zaklasyfikowane do rozdziału 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*.

4. Na pozytywną ocenę zasługują działania organów województwa małopolskiego podjęte w celu współpracy z innymi samorządami. W kontrolowanym okresie województwo małopolskie udzieliło pomocy finansowej gminie miejskiej Kraków w wysokości 70 000 zł. Kwota ta została wykorzystana w całości na przygotowanie wystawy archiwalnych zdjęć z okresu młodości, kapłaństwa i pontyfikatu Jana Pawła II pod roboczym tytułem *Jan Paweł II. Album Rodzinny*.

5. Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie sposób klasyfikowania, ewidencjonowania i rozliczania środków finansowych wykorzystanych na działalność promocyjną województwa małopolskiego. Wykazane wydatki na promocję województwa w rozdziale 75075 wyniosły w 2010 r. 4 392 195 zł, a w III kwartałach 2011 r. – 2 199 638 zł, i stanowiły, odpowiednio, 0,9% oraz 0,6% wydatków ogółem.

Należy jednak zwrócić uwagę na niejednolity sposób klasyfikowania wydatków ponoszonych w związku z delegacjami służbowymi. Wydatki na podróże służbowe krajowe i zagraniczne zostały ujęte w budżecie województwa małopolskiego na 2010 r. i 2011 r. (uchwała Sejmiku Województwa Małopolskiego nr XXXIX/608/09 z 21 grudnia 2009 r. w sprawie budżetu województwa małopolskiego na rok 2010, uchwała Sejmiku

Województwa Małopolskiego nr V/45/11 z 31 stycznia 2011 r. w sprawie budżetu województwa małopolskiego na 2011 r.) w rozdziale 75018 *Urzędy Marszałkowskie*, w następujących zadaniach: W/OR/04/IX.1 *Podróże służbowe krajowe* (zadanie realizowane przez Departament Organizacyjno-Prawny Urzędu) oraz W/KZ/08 *Podróże służbowe zagraniczne* (zadanie realizowane przez Kancelarię Zarządu). Tymczasem wydatki na podróże służbowe pracowników realizujących projekt *Małopolska w akcji – kampania promocyjna na wybranych rynkach zagranicznych przy wykorzystaniu wizerunku małopolskich sportowców* w ramach Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013, Działania 8.1., zostały zaplanowane w rozdziale 75075 (§§ 4427 i 4429).

Stosownie do art. 61 ust. 1 ustawy o NIK, Panu Marszałkowi przysługuje prawo zgłoszenia pisemnych umotywowanych zastrzeżeń, do dyrektora Delegatury NIK w Krakowie, w sprawie zawartych w niniejszym wystąpieniu ocen i uwag w terminie 7 dni od daty jego otrzymania.

W związku z niesformułowaniem wniosków pokontrolnych Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Krakowie nie oczekuje odpowiedzi na niniejsze wystąpienie.

Otrzymują:

1. *Adresat.*
2. *Departament Administracji Publicznej.*
3. *Akta kontroli.*