



**Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Warszawie**

Warszawa, dnia 13 grudnia 2011 r.

**Pan
Andrzej Nowakowski
Prezydent
Miasta Płocka**

LWA-4101-21-02/2011
P/11/005

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Na podstawie art. 2 ust. 2 *ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli*¹, zwanej dalej *ustawą o NIK*, Najwyższa Izba Kontroli Delegatura w Warszawie przeprowadziła w Urzędzie Miasta Płocka (zwanym dalej *Urzędem*), kontrolę działań promocyjnych Miasta Płocka w okresie 2010 – 2011 r. (I półrocze).

W związku z kontrolą, której wyniki przedstawione zostały w protokole kontroli podpisanym w dniu 1 grudnia 2011 r., Najwyższa Izba Kontroli na podstawie art. 60 *ustawy o NIK*, przekazuje Panu Prezydentowi niniejsze wystąpienie pokontrolne.

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działania Miasta Płocka w skontrolowanym zakresie, pomimo stwierdzonej nieprawidłowości polegającej na niewykorzystaniu, do dnia zakończenia kontroli, dokumentu pn. „Strategia Promocji Miasta Płocka na lata 2009-2013”².

1. Do dnia zakończenia kontroli NIK, dokument pn. *Strategia Promocji Miasta Płocka na lata 2009-2013*³ miał charakter roboczy, ponieważ nie został przyjęty uchwałą Rady Miasta Płocka lub zatwierdzony przez Prezydenta Miasta. Główny zakładany cel Strategii w zakresie promocji Miasta to budowa silnej, wyrazistej i rozpoznawalnej marki Płocka. W *Strategii* określono wskaźniki realizacji działań promocyjnych oraz spodziewane efekty, jak również wskazano grupy docelowe (odbiorcy działań), partnerów projektu i planowane

¹ Dz.U. z 2007 r. Nr 231, poz. 1701 ze zm.

² Opracowanie dokumentu zlecono firmie zewnętrznej w dniu 12 sierpnia 2008 r. za kwotę 170,8 tys. zł. *Strategia* została przyjęta protokołem zdawczo-odbiorczym w dniu 18 września 2009 r.

³ Dalej także *Strategia*.

terminy realizacji tych działań. Analiza harmonogramu i założeń budżetowych, stanowiącego załącznik do *Strategii*, wykazała jednak, że spośród 8 podstawowych działań promocyjnych, 6 nie zostało podjętych⁴, pomimo, iż termin ich realizacji przypadał na lata 2009-2011, jedno⁵ dotyczyło wykorzystania wydarzeń już organizowanych, a drugie⁶ miało na celu zwiększenie zasięgu promocji dla wybranych zadań. Z pisemnych wyjaśnień Sekretarza Miasta Płocka wynika⁷, że Strategia wraz z nowym harmonogramem działań zostanie przyjęta stosownym aktem normatywnym.

Zrealizowane, w latach objętych kontrolą, działania promocyjne Miasta były spójne z celami określonymi w „*Strategii Zrównoważonego Rozwoju Miasta Płocka do roku 2022*” oraz w „*Wieloletnim Planie Inwestycyjnym Miasta Płocka na lata 2009-2013*”. Z zestawienia działań promocyjnych, sporządzonego na potrzeby kontroli NIK, wynika, że organizowane imprezy przyciągały dużą liczbę uczestników (zarówno mieszkańców Płocka jak i przyjezdnych)⁸.

2. Zadania z zakresu promocji Miasta, zgodnie z *Regulaminem Organizacyjnym Urzędu*⁹, realizowały dwie komórki organizacyjne Urzędu, tj.: Wydział Promocji i Informacji (20 pracowników) oraz Biuro Obsługi Inwestora (4 pracowników). Pracownicy tych komórek, zajmujący kierownicze stanowiska, posiadali wyższe wykształcenie oraz przydatne umiejętności zdobyte w wyniku ukończenia kursów i szkoleń (m.in.: planowanie promocji gminy oraz rachunek opłacalności inwestycji; projektowanie strategii promocji gminy; inwestorzy a promocja; dobre praktyki partnerstwa prywatno-publicznego; obsługa inwestora na Mazowszu). Do zadań pracowników ww. komórek organizacyjnych należało m.in.: przygotowanie i organizowanie kampanii promocyjnych Miasta, monitoring i ocena działań promocyjnych, prowadzenie strony internetowej w trzech językach, redagowanie i wydawanie czasopisma *Sygnaty Płockie* a od marca 2011 r. *Informatora Miejskiego*, redagowanie przygotowywanie programu telewizyjnego *Wieści z Ratusza*. Monitoring działań promocyjnych polegał m.in. na: uczestnictwie pracowników Urzędu w wydarzeniach wspieranych przez Miasto; egzekwowaniu sprawozdań częściowych (w przypadku dużych kwot lub długich umów promocyjnych) i po wykonaniu umów; ocenie efektów tych działań.

⁴ Nie powołano Zespołu ds. Marki Płock i Zespołu Przyjaciół Płocka; nie zaprojektowano i nie wdrożono programu ekologicznego „Płock Czysta Moc”; nie utworzono „Centrum Twórczego dla Młodych”; nie wykonano działań pn. „Płock grand Prix”, „Płock laserem malowany” i „Płock Dynamiczna Firma”.

⁵ „Płock na fali”.

⁶ „Odjazdowy Płock”.

⁷ Z dnia 22 listopada 2011 r.

⁸ Wybrane działania promocyjne w okresie 2010-2011 (III kwartał) i ich efekty.

⁹ Wprowadzony Zarządzeniem Prezydenta Miasta Płocka Nr 118/11 z dnia 27 stycznia 2011 r. (zmienionego Zarządzeniem Nr 258 z dnia 18 marca 2011 r.).

3. W latach 2007-2011 (I półrocze) na promocję Miasto wydatkowało łącznie 29 142,8 tys. zł, a ich wysokość odpowiadała planom w poszczególnych latach. W 2010 r. wydatki na promocję Miasta wyniosły 6 020,9 tys. zł i wzrosły o 2 417,5 tys. zł w porównaniu do 2007 r. (40,2 %). W I półroczu 2011 r. na promocję wydatkowano 4 746,2 tys. zł, co stanowiło 40,5 % planu (11 704,8 tys. zł) oraz 78,8 % w stosunku do wydatków poniesionych na ten cel w 2010 r. W latach 2007, 2008, 2009, 2010 wydatki na realizację zadań promocyjnych stanowiły odpowiednio: 0,62%, 1,21%, 1,19%, 0,87% wydatków ogółem budżetu Miasta.

W okresie objętym kontrolą zrealizowano łącznie 40 działań dotyczących promocji Miasta, z których 13 wykonali pracownicy komórek organizacyjnych Urzędu, a 27 zlecono podmiotom zewnętrznym. Miasto w zakresie działań promocyjnych m.in.: zorganizowało pikniki lotnicze; przeprowadziło kampanie pn. *Festiwalowy Płock 2010*, *Lato pełne wrażeń 2011*, *Płock zero dryfu*; zorganizowało konkurs *Płock na językach*; wydawało czasopisma *Sygnaty Płockie*, *Informator Miejski*; opracowało i dystrybuowało ulotki dotyczące 8 bloków tematycznych (w różnych językach); brało udział w programach telewizyjnych *Kawa czy herbata*, *Kocham Cię Polsko* i *Gra w miasta*. W budżecie Miasta wydatki na promocję były ewidencjonowane w rozdziale 75075 – *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*. Przeprowadzona przez NIK analiza wydatków dotyczących realizacji 4 zadań promocyjnych wykazała, że dokonano ich zgodnie z zasadami określonymi w art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych¹⁰. Badanie NIK wykazało, że należności wynikające z 7 dowodów księgowych o łącznej wartości 5 855,8 tys. zł (4 zadania) były uregulowane w terminie i prawidłowo ujęte w ewidencji księgowej Urzędu.

Wg stanu na dzień 31 grudnia 2010 r. oraz na 30 czerwca 2011 r. nie wystąpiły zobowiązania wymagalne z tytułu nieuregulowanych zobowiązań dotyczących działalności promocyjnej Miasta.

4. W latach 2010-2011 (I półrocze), 27 działań promocyjnych Miasta, na łączną kwotę 9 764,1 tys. zł, zostało zleconych 22 podmiotom zewnętrznym. W 9 przypadkach zlecenie realizacji zadań promocyjnych dokonano na podstawie przepisów ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. *Prawo zamówień publicznych*¹¹, natomiast wartość pozostałych 18 zadań nie przekraczała równowartości kwoty 14 000 euro, co w świetle art. 4 pkt 8 tej ustawy, zwalniało Miasto od stosowania jej przepisów. Analiza 2 zamówień publicznych (najwyższych wartościowo) dotyczących promocji Miasta przez kluby sportowe o łącznej wartości

¹⁰ Dz.U. Nr 157, poz. 1240 ze zm.

¹¹ Dz.U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.

5 823,0 tys. zł wykazała, że zostały one przeprowadzone zgodnie z przepisami ww. ustawy, a płatności za usługi zostały dokonane zgodnie z zawartymi umowami.

W okresie objętym kontrolą Miasto dokonywało zakupów i zlecało wykonanie usług na potrzeby prowadzonej działalności promocyjnej - w łącznej wysokości 1 310,6 tys. zł. Zakupów tych dokonywano bez zastosowania ustawy *Prawo zamówień publicznych*, gdyż ich wartość nie przekraczała równowartości kwoty 14 000 euro. NIK objęła szczegółową analizą 2 zadania, tj.: zakup materiałów do oświetlenia świątecznego oraz zakwaterowanie gości z miast partnerskich, których łączna wartość wyniosła 32,8 tys. zł. Wyboru wykonawców ww. zadań dokonano zgodnie z *Regulaminem Udzielania Zamówień Publicznych*¹². Zadania te zrealizowano zgodnie z umowami, a przy ich rozliczeniu NIK nie stwierdziła nieprawidłowości.

5. W okresie objętym kontrolą Miasto było m.in. członkiem *Międzynarodowego Stowarzyszenia Europejskiego Szlaku Gotyku Ceglanego*, *Płockiej Lokalnej Organizacji Turystycznej*, *Lokalnej Organizacji Turystycznej Mazowsze Chopina* oraz *Stowarzyszenia Gmin Turystycznych Pojezierza Gostynińskiego*. Przystąpienie Miasta do powyższych stowarzyszeń i instytucji pozarządowych nastąpiło na podstawie uchwał Rady Miasta.

W ramach uczestnictwa w stowarzyszeniach, przedstawiciele Płocka uczestniczyli w spotkaniach, targach i seminariach organizowanych w kraju oraz poza jego granicami; brali udział w koncertach, piknikach, jarmarkach i regatach żeglarskich oraz organizowali lub współorganizowali plenery, jubileusze, festiwale, imprezy sportowe i turystyczne. Z tytułu członkostwa w tych stowarzyszeniach Miasto uiściło składki w łącznej wysokości 351,9 tys. zł¹³.

Na wsparcie finansowe organizacji imprezy promocyjnej pn. *Piknik Europejski* organizowanej w 2010 r. i 2011 r. Miasto pozyskało 7 sponsorów¹⁴.

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi Najwyższa Izba Kontroli wnosi o kontynuowanie działań zmierzających do formalnego zatwierdzenia *Strategii Promocji Miasta Płocka* oraz opracowania harmonogramu działań promocyjnych.

Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 62 ust. 1 ustawy o NIK, zwraca się do Pana Prezydenta o przedstawienie, w terminie 14 dni od daty otrzymania niniejszego wystąpienia pokontrolnego, informacji o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosku,

¹²Zarządzenie Nr 2924/09 Prezydenta Miasta Płocka z dnia 26 stycznia 2009 r.

¹³Za lata 2010-2011

¹⁴Łącznie wpłacili kwotę w wysokości 21,5 tys. zł.

bądź o działaniach podjętych w celu realizacji wniosku lub przyczynach niepodjęcia takich działań.

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

W razie zgłoszenia zastrzeżeń, zgodnie z art. 62 ust. 2 ustawy o NIK, termin nadesłania informacji, o której mowa wyżej, liczy się od dnia otrzymania ostatecznej uchwały właściwej Komisji NIK.