

Protokół z posiedzenia Komisji Rewizyjnej
Rady Gminy Suchy Las z dnia 10.10.2016 r., godz. 16:00

Porządek posiedzenia:

1. Otwarcie posiedzenia.
2. Powitanie gości i członków Komisji.
3. Stwierdzenie prawomocności posiedzenia.
4. Przyjęcie porządku posiedzenia.
5. Kontrola Referatu Promocji.
6. Sprawy bieżące.
7. Wolne głosy i wnioski.
8. Zakończenie posiedzenia.

Przewodniczący Komisji G. Łukszo otworzył posiedzenie Komisji w dniu 10.10.2016 r. o godzinie 16:00 witając jednocześnie gości oraz członków Komisji. Następnie Przewodniczący stwierdził prawomocność posiedzenia na podstawie listy obecności – 4 członków Komisji obecnych na posiedzeniu Komisji (radny J. Ankiewicz nieobecny).

Ponadto w posiedzeniu uczestniczyli J. Nowak – Sekretarz Gminy, P. Andrzejewski – kierownik Referatu Promocji (zwanego dalej PG), B. Stachowiak – Redaktor Naczelna „Gazety Sucholeskiej” i pracownik Referatu Promocji, B. Cisowski – pracownik Referatu Promocji.

Następnie Komisja, na wniosek Przewodniczącego Komisji jednogłośnie przyjęła porządek posiedzenia.

Przewodniczący G. Łukszo przypomniał, że celem posiedzenia Komisji jest kontrola w Referacie Promocji za lata 2014 i 2015 oraz jednocześnie poinformował, że poprosił o przygotowanie danych i informacji w tej sprawie przez kierownika Referatu. Przewodniczący zaznaczył, że posiedzenie było pierwotnie planowane na 3.10.2016 r., ale zostało przesunięte na prośbę kierownika Referatu Promocji z uwagi na czas potrzebny na przygotowanie danych na posiedzenie Komisji.

P. Andrzejewski zaznaczył, że najpierw chciałby powiedzieć o strategii promocji gminy i o kanałach dotarcia do odbiorców. Kierownik PG wskazał na odbiorców promocji wewnętrznej i zewnętrznej.

Promocja wewnętrzna: mieszkańcy w różnych grupach wiekowych, organizacje pozarządowe,

Promocja zewnętrzna: biznes; potencjalni inwestorzy, którzy chcieliby działać na terenie gminy; aktywizacja przedsiębiorców (zwiększenie potencjału gospodarczego i finansowego); przyszli mieszkańcy; budowanie prestiżu gminy; wytworzenie marki jakości i atrakcyjności dla inwestorów; goście; okolice gminy; gminy partnerskie; instytucje.

Kierownik PG podkreślił, że ww. działania są zgodne z Strategią Rozwoju Gminy Suchy Las na latach 2013-2022. Jako kanały dotarcia do odbiorców P. Andrzejewski wskazał: plakaty i ulotki, strony internetowe, media społecznościowe, akcje promocyjne, Gazetę Sucholeską, media lokalne i regionalne - patronaty, experience design – udział w imprezach i w targach.

W Strategii Rozwoju Gminy są wymienione cele operacyjne i one zawierają w sobie cele związane z promocją gminy.

Przewodniczący Komisji poprosił, aby Kierownik PG przedstawił pracowników swojego Referatu i omówił czym się zajmują.

P. Andrzejewski przedstawił dwóch pracowników PG i szczegółowo omówił czym zajmuje się każdy z nich, tj. B. Stachowiak i B. Cisowski.

Następnie P. Andrzejewski omówił zadania realizowane przez PG w 2014 r. Wśród zadań wymienił:

- akcja informacyjno - promocyjna „meldujesz się zyskujesz”, z patronatem TVP, hasło konkursowe, zachęcające do zameldowania się w gminie Suchy Las o charakterze edukacyjnym wskazując na korzyści zwiększonego dochodu dla gminy, tj. inwestycje m.in. w bazę edukacyjno – sportową, rozwój firm i aktywności lokalnej; budżet 5.000 zł, koszt 212 zł, ponieważ nie wybrano zwycięzcy; odbiorcy akcji to mieszkańcy,

- witacze wjazdowe z logotypem – ujednolicenie wizerunkowe 39.958 zł; odbiorcy to mieszkańcy, goście, biznes,

- film promocyjny wirtualny spacer po gminie Suchy Las 19.000 zł (3.690 zł w 2015 r. wytłoczenie 1000 egzemplarzy); odbiorcy: szkoły, mieszkańcy, goście, biznes.

- procedura uzyskania certyfikatu lidera programu kompleksowego zarządzania jakością 6.400 zł; odbiorcy: biznes,

- udział w konkursie HIT 2013 Lider Kultury dla CKiBP 3.505,00 zł, odbiorcy: biznes,

- akademia samorządowa Zrzeszenie Międzynarodowych Przewoźników Drogowych, prowadzona wraz z LARG, odbiorcy: biznes, przewoźnicy,

- promocja gospodarcza 407.000 zł (67.000 zł pozyskanie podmiotów gospodarczych, 288 000 zł firmy leasingowe), odbiorcy: biznes,

- dom osiedlowy + 6 świetlic wydatki całkowite 248.000 zł (wpływy na poziomie 35.000 zł), akcje informacyjne z ofertą dla mieszkańców i gości,

- współpraca ze stowarzyszeniami 233.000 zł (Orkiestra Dęta 159.000 zł, konkursy, małe granty i współpraca z organizacjami niesformalizowanymi 74.000 zł). Zgodnie z programem współpracy obiorcami byli: organizacje pozarządowe, mieszkańcy, potencjalni mieszkańcy, biznes,

- organizacja imprez gminnych, koszt 66.000 zł (Międzynarodowy Turniej Tańca 30.000 zł; uroczystość w Łagiewniki 7.000 zł) współorganizacja Dni Gminy Suchy Las 120.000 zł, odbiorcy: mieszkańcy i przyszli mieszkańcy,

B. Stachowiak opowiedziała o organizacji Dni Gminy, w tym o udziale w tej organizacji PG. Organizacją tego przedsięwzięcia zajmuje się komitet organizacyjny, w którym udział bierze m.in. Sekretarz Gminy. Referat Promocji zajmuje się organizacją strefy dla podmiotów gospodarczych i strefy dla dzieci, pobieraniem opłat i przyjmowaniem gości krajowych i zagranicznych. Częścią artystyczną zajmuje się CKiBP.

P. Andrzejewski zaznaczył, że organizacja Dni Gminy wiąże się z dużą ilością formalności związanych z wydaniem decyzji o zgodzie na organizację imprezy masowej czy też przeprowadzeniem procedury zajęcia dróg w sposób szczególny.

B. Cisowski wskazał m.in. na konieczność uzgodnienia organizacji ruchu na ul. Szkolnej i Poziomkowej ze Starostwem Powiatowym i Policją podczas Dni Gminy.

W dalszej kolejności jako działania z roku 2014 P. Andrzejewski wymienił:

- współpraca zagraniczna 18.000 zł; organizacja wymiany młodzieży – budżet wyniósł 41 000 zł, z tym że dzięki dofinansowaniu z Polsko – Niemieckiej Współpracy Młodzieży i wpłat uczestników faktyczny koszt to 22.500 zł, cel i odbiorcy to: pogłębianie współpracy – gminy partnerskie, mieszkańcy, młodzież,

- rozpoczęcie kampanii informacyjnej Zachodnia Obwodnica, koszt 38.499 zł, celem było wykreowanie nawyku omijania ul. Obornickiej, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,

- zakupy materiałów promocyjnych 24.000 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej

- druk ulotek turystycznych (i innych publikacji np. kalendarz) i dystrybucja na MTP 20.000 zł, odbiorcy: mieszkańcy okolic Poznania i biznes,
- stacja rowerowa w Złotkowie – udostępniona poprzez użyczenie 22.000 zł, odbiorcy: mieszkańcy, okolice, promocja zewnętrzna,
- suchylas.tv 15.000 zł z YouTube 23 filmy, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- facebook 714 like (po 1,5 roku działalności), element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- Gazeta Sucholeska budżet 72.938,88 zł, koszt 26.894 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- Magazyn Sucholeski koszt 50.743,66 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej.

B. Stachowiak poinformowała, że reklamy w Gazecie Sucholeskiej to dochód gminy i wpływa na ostateczne koszty wydawania gazety. Dochód z reklam to ok. 46.800 zł. Po odliczeniu dochodów z reklam koszt jednego egzemplarza Gazety Sucholeskiej to 0,58 zł.

Jako zadania zrealizowane w 2015 r. P. Andrzejewski wymienił:

- emisja kampanii informacyjnej Zachodnia Obwodnica , tj. ulotki, rozgłoszenie radiowe poznańskie i pilskie, telewizja, koszt 41.451 zł, odbiorcy: mieszkańiec, promocja zewnętrzna,
- kampania informacyjna o wpisaniu miejsca zamieszkania do zeznania podatkowego, luty, marzec; dowodem na realizację jest wzrost dochodu z PIT, odbiorcy: mieszkańcy,
- konferencja poligonowa w Biedrusku i dalsze działania w 2016 r. związane z próbą systemowej zmiany zapisów ustawy podatkowej, promocja wewnętrzna i zewnętrzna,
- organizacja imprez gminnych w sumie 97.000 zł (Międzynarodowy Turniej Tańca 35.000 zł + media; obchody uroczystości w Łągiewnikach z rekonstrukcją 10.000 zł, impreza z okazji jubileuszu Aikido) współorganizacja Dni Gminy 120.000 zł, odbiorcy: mieszkańcy i przyszli mieszkańcy,
- jubileusz 25-lecia samorządu - konferencja wraz z wystawą pt.: „Znani” z udziałem mieszkańców gminy (okolicznościowe materiały promocyjne) pod patronatem Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego,
- w ramach obchodów zrealizowany został również projekt „Młodzieżowej Rady Gminy”, odbiorcy: mieszkańcy i przyszli mieszkańcy,
- promocja gospodarcza 300.000 zł (60.000 zł - pozyskanie podmiotów gospodarczych; 220.000 zł – firmy leasingowe), odbiorcy: biznes,
- przyznanie Pereł Samorządów – wyróżnienie dla Wójta Gminy – bezkosztowo, prestiż, biznes,
- wygrana w konkursie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego na udział w targach w Monachium Expo Real – bezkosztowo, odbiorcy: potencjalni inwestorzy, biznes.

B. Stachowiak poinformowała, że Urząd Gminy przygotował ulotkę zawierającą nieruchomości, należące do Gminy, jak i osób prywatnych, które są przeznaczone do nabycia w celach inwestycyjnych. Poza ulotką na targach był dostępny również folder o gminie. W targach wziął udział jeden z pracowników Urzędu Gminy z referatu Opłat i Nabywania Nieruchomości. Stoisko na targach było w ramach stoiska Urzędu Marszałkowskiego i brał w tym udział te samorządy, które wygrały konkurs. W Gazecie Sucholeskiej będzie relacja z targów.

Następnie P. Andrzejewski wskazał na:

- szkolenia dla organizacji pozarządowych przy opracowywaniu programu współpracy, odbiorcy: organizacje pozarządowe,

- współpraca ze stowarzyszeniami 323.000 zł (Orkiestra Dęta wsi Chludowo 241.000 zł, konkursy, małe granty i współpraca z organizacjami niesformalizowanymi 82.000 zł), odbiorcy: organizacje pozarządowe, mieszkańcy, potencjalni mieszkańcy, biznes,
- współpraca zagraniczna 22.000 zł; organizacja wymiany młodzieży 50.000 zł, odbiorcy: pogłębienie współpracy – gminy partnerskie, mieszkańcy, młodzież,
- realizacja folderu 12.544 zł (wydanie w 2016 r.), odbiorcy: mieszkańcy, potencjalni mieszkańcy, biznes, goście,
- druk ulotek turystycznych, mapy przy współpracy z Referatem Komunalnym (i innych np. kalendarz) i dystrybucja na MTP oraz przy konkursach np. w Gazecie Sucholeskiej, koszt 30.000 zł, odbiorcy: mieszkańcy, potencjalni mieszkańcy, biznes, goście,
- zakupy materiałów promocyjnych 26.820 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- suchylas.tv 15.000 zł z YouTube 30 filmy, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- akcje promocyjne z nagrodami na FB – pochlebne opinie ze wzrostem polubień, odbiorcy: mieszkańcy,
- konkurs o grę o Powstaniu Włkp., odbiorcy: mieszkańcy,
- facebook 1032 like na koniec 2015 r., element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- Gazeta Sucholeska 75.252 zł, koszt 28.925 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej,
- Magazyn Sucholeski 45.303 zł, element promocji wewnętrznej i zewnętrznej
- Imprezy organizowane wspólnie m.in. Dni Gminy - zadania w Komitecie organizacyjnym, uroczystości z okazji 11 listopada i inne organizowane wspólnie z różnymi instytucjami i organizacjami,
- zadanie lokalne – koordynacja działań w ramach wydatków zadań lokalnych,
- ścisła współpraca z Poznańską Organizacją Turystyczną i Metropolią Poznań przy promocji eventów.

Jako zadanie, którego nie udało się zrealizować P. Andrzejewski podał zadanie „rewitalizacja pomnika w Biedrusku”, zadanie to nie zostało zrealizowane, ponieważ były problemy z lokalizacją, realizacja tego zadania jest przewidziana w roku 2017.

Przewodniczący G. Łukszo pytał dlaczego realizowanie zadania polegającego na promocji gospodarczej gminy nie może mieć miejsca tylko w PG, ale jeszcze w spółce LARG.

P. Andrzejewski stwierdził, że spółka LARG została powołana do współpracy z firmami leasingowymi, jest to know – how tej spółki, zadanie to realizuje właśnie spółka i obecnie mamy do czynienia ze wzrostem dochodów z tytułu podatku od środków transportowych zarejestrowanych na terenie gminy Suchy Las.

Przewodniczący Komisji zaznaczył, że radni dysponują wykresami, które pokazują, że w latach ubiegłych był spadek tych wpływów.

P. Andrzejewski zgodził się, że w latach wcześniejszych z uwagi na politykę podatkową miasta Poznania był spadek wpływów, ale w badanym okresie od 2014 r. następuje systematyczny wzrost wpływów od 7.147.000 zł do 8.237.000 zł w tym roku.

Radny M. Przybylski pytał czy oprócz tego, co rada gminy przekazuje na promocję gospodarczą spółce LARG są jeszcze inne środki na ten cel w PG?

P. Andrzejewski zaznaczył, że są to te same pieniądze.

Radny M. Przybylski pytał dlaczego w zarządzeniu 12/2016 wójta pisze się o większych środkach na promocję gospodarczą niż są zapisane w uchwalonym przez Radę Gminy budżecie.

P. Andrzejewski poinformował, że w regulaminie są ujęte większe środki niż w budżecie, ponieważ tam są kwoty, które wskazują na realne możliwości działania spółki LARG. Środki

na promocję gospodarczą gminy, które są w części budżetu przypisanego do PG to są te same środki, którymi dysponuje spółka LARG.

Radny M. Przybylski pytał jakie działania podejmuje spółka LARG, których nie mógłby wykonywać PG.

P. Andrzejewski poinformował, że PG nie może wykonywać tych obowiązków przede wszystkim z przyczyn kadrowych, pracownicy PG mają do realizacji inne zadania. Spółka obsługuje całą bieżącą współpracę z firmami leasingowymi, redagowanie korespondencji, bieżący kontakt, itp., realizacja projektu Larg Office. Ta działalność to know – how spółki LARG.

Radny M. Przybylski pytał czy jest możliwość połączenia spółki LARG i PG, tak aby promocja była realizowana przez jeden podmiot, aby było jedno miejsce i jeden szef.

Kierownik PG zaznaczył, że jego zdaniem podział obowiązków w PG jest optymalny, charakter promocji gospodarczej, a stricte PR to innego charakteru działania i połączenie obu rodzajów działalności mogłoby być trudne.

Przewodniczący Komisji stwierdził, że promocja gospodarcza gminy nie musi być realizowana przez Urząd Gminy, np. we Wrocławiu została powołana spółka komunalna, która wyłącznie zajmuje się promocją gospodarczą i ma swój odrębny budżet.

Radny M. Przybylski stwierdził, że Wójt w przeszłości wspominał o połączeniu spółek GCI i LARG, ale być może zasadne byłoby połączenie PG z LARG, jeżeli połączenie GCI i LARG nie dojdzie prawdopodobnie do skutku.

B. Stachowiak zaznaczyła, że promocja gminy należy do zadań własnych samorządu i raczej powinna być realizowana przez Urząd Gminy.

W. Majewski stwierdził, że być może należałoby jednak połączyć działania spółki LARG z PG, chyba że jest coś bardzo trudnego w tym połączeniu.

Sekretarz Gminy zaznaczyła, że podział obowiązków pomiędzy referatami Urzędu Gminy oraz zadania realizowane przez spółki komunalne, w tym zakres obowiązków spółki LARG, wynikają z decyzji Wójta Gminy.

Przewodniczący G. Łukszo pytał dlaczego w 2014 r. w PG były środki na utrzymanie świetlic wiejskich, a w 2015 r. już nie.

P. Andrzejewski poinformował, że jeszcze w 2014 r. w ramach PG było zadanie polegające na administrowaniu Domem Osiedlowym w Biedrusku i świetlicami wiejskimi. W wyniku zmian organizacyjnych w 2015 r. zadanie to znalazło się w gestii Wydziału Organizacyjno – Gospodarczego. Referat Promocji zajmuje się głównie PR, a nie utrzymaniem obiektów.

Sekretarz Gminy poinformowała, że początkowo, gdy powstał Dom Osiedlowy administrowanie nim i świetlicami znajdowało się w gestii PG, z biegiem czasu to zadanie się rozrosło, został zatrudniony pracownik do realizacji tych obowiązków, a w 2015 r. w ramach zmian organizacyjnych w Urzędzie Gminy ten etat został przesunięty do Wydziału Organizacyjno – Gospodarczego.

P. Andrzejewski zaznaczył, że pomimo zmian organizacyjnych budżet PG się nie zmniejszył, ponieważ przybyło zadań lokalnych do realizacji.

Przewodniczący G. Łukszo stwierdził, że PG posiada budżet ok. 1,5 mln zł, z czego promocja gospodarcza dla spółki LARG zabiera ok. 1/3 budżetu, następnie środki na realizację zadań lokalnych i stricte na PR pozostaje niewiele środków do wykorzystania.

Przewodniczący Komisji wskazał na konieczność wykreowania wyróżnika, który spowoduje powstanie marki i pytał na bazie jakiego wyróżnika powstaje marka gminy Suchy Las.

P. Andrzejewski poinformował, że Strategia Promocji Gminy, której wprowadzenie planuje się na 2017 r. będzie określała m.in. powyższe kwestie. Obecnie takiego dokumentu jeszcze nie ma i działania promocyjne stanowią część Strategii Rozwoju Gminy. W 2011 r.

powstało logo, które jest wyróżnikiem i to logo tworzy markę poprzez kanały dystrybucyjne. Hasło to „+ for you”. W ramach Strategii Promocji Gminy pewne zadania zostaną zweryfikowane.

Sekretarz Gminy poinformowała, że od maja 2016 r. trwają prace dotyczące opracowania Strategii Promocji Gminy.

Przewodniczący G. Łukszo stwierdził, że jego zdaniem działania promocyjne gminy nie są najlepsze, być może wynika to z braku strategicznego celu, braku długofalowego spojrzenia. Odnośnie logotypu to zdaniem Przewodniczącego błędem było anglojęzyczne sformułowanie i bardzo go to zdziwiło i zniesmaczyło.

P. Andrzejewski podkreślił, że to hasło, które szokuje Przewodniczącego Komisji zostało wybrane przez głosujących mieszkańców, ponieważ to mieszkańcy wybrali to hasło więc Przewodniczący jest zniesmaczony ich wyborem. Poznań wybierając swoje anglojęzyczne hasło nie przeprowadził konsultacji społecznych, a Suchy Las tak. Kierownik PG zaznaczył, że zarówno logo, jak i hasło zostały odebrane pozytywnie.

Przewodniczący G. Łukszo wyjaśnił w jaki sposób powstawało hasło i logo kampanii „Poznań. Miasto know – how” i zaznaczył, że było bardzo dobrze oceniane przez specjalistów z branży reklamowej i wiązało się z tradycjami poznańskimi.

Radny M. Jankowiak pytał skąd wzięło się hasło „+ for you”.

P. Andrzejewski poinformował, że było kilka propozycji poddanych pod głosowanie, były wersje polskie i wygrało „+ for you”. Hasła, które zostały poddane pod głosowanie powstały w wyniku prac PG. Celem było, aby hasło było krótkie i miało być rozpoznawalne.

Odpowiadając na pytanie Przewodniczącego Komisji, P. Andrzejewski poinformował, że w trakcie opracowania jest księga znaków, która ujednotoczy sposób i zasady używania zarówno logo, jak i herbu. Księga znaków wskaże pola eksploatacji, czyli gdzie symbole gminy mogą być umieszczane i w jaki sposób.

Radny W. Majewski zaznaczył, że mieszkańcy nie rozumieją, co oznacza hasło „+ for you”.

Przewodniczący G. Łukszo pytał o udział Gminy w targach Expo Real oraz o ulotkę, którą Gmina przygotowała na te targi. (P. Andrzejewski przekazał członkom Komisji ulotkę opracowaną na potrzeby targów). Przewodniczący Komisji porównywał ulotkę przygotowaną przez Urząd Gminy z tzw. „ulotką PAiIZ-owską”.

B. Stachowiak poinformowała, że został przygotowany nakład 500 ulotek przy niewielkim nakładzie finansowym.

Przewodniczący G. Łukszo pytał o media społecznościowe.

P. Andrzejewski scharakteryzował funkcjonowanie Gminy Suchy Las w mediach społecznościowych. Podał dane dotyczące aktywności na FB (aktualnie 1390 polubień), na YouTube (ponad 109 tys. wyświetleń) czy Instagramie. Wskazał także na funkcjonowanie systemu powiadamiania mieszkańców i średniej ilości użytkowników portalu rządowego suchylas.pl – 13.500 miesięcznie).

Przewodniczący G. Łukszo stwierdził, że Urząd Gminy w mediach społecznościowych nastawiony jest przede wszystkim na informowanie, że nie ma interakcji z odbiorcą, nie zachęca się do komentarzy.

B. Stachowiak stwierdziła, że priorytetem Urzędu jest, aby przekazywać poprzez media społecznościowe jak najwięcej bieżących informacji mieszkańcom. Media te traktowane są pośrednio jako pewnego rodzaju dziennik. Celem jest, aby było jak najwięcej odsłon. Ponadto, profile dotyczące samorządu terytorialnego powinny się odznaczać większym wyczuciem i powściągliwością od pozostałych.

Przewodniczący Komisji podkreślił, że gminne media społecznościowe wykazują zbyt mało interakcji z odbiorcą.

Radny M. Jankowiak pytał czy profile społecznościowe innych gmin wykazują większą interakcje z odbiorcą.

Przewodniczący G. Łukszo stwierdził, że PG błądzi w swojej działalności i nie potrafi wykorzystać wszystkich możliwości, a gmina Suchy Las jest dużym samorządem i posiada duży budżet na promocję. Przewodniczący pytał czy na gminnym profilu FB są faworyzowane określone grupy. Pytał o artykuł sponsorowany przez inwestora, tj. przez jednego z deweloperów, który pokazał się na gminnym profilu.

P. Andrzejewski poinformował, że ten artykuł znalazł się na profilu gminnym, ponieważ był to dobry materiał dla promocji gminy, w materiale promocyjnym dewelopera w bardzo dobrym świetle przedstawiono również samą Gminę Suchy Las. P. Andrzejewski zaznaczył, że początkowo miał pomysł, aby wejść w kontakt z inwestorami i korzystać z ich materiałów promocyjnych, w których bezpłatnie promowana byłaby także gmina, ale spotkało się to z falą hejtu internetowego i zrezygnował z tego pomysłu. Inwestorzy posiadają często znaczące budżety na promocję i Gmina mogłaby to wykorzystać.

Przewodniczący G. Łukszo podkreślił, że on także był przeciwny takim działaniom, ponieważ nie powinno się promować wybranych inwestorów.

Radny M. Przybylski stwierdził, że być może gdy powstanie Strategia Promocji Gminy to określi w sposób sformalizowany działania gminy w zakresie promocji. Radny zwrócił uwagę, że na gminnym profilu nigdy nie udostępnia się postów stowarzyszenia „Gmina Razem”, a udostępniane są posty np. A. Ankiewicz.

P. Andrzejewski poprosił o wskazanie konkretnych przypadków.

Radny M. Przybylski poinformował o kilku takich przypadkach tylko we wrześniu.

B. Stachowiak zaznaczyła, że nie ma żadnej czarnej listy podmiotów, których postów się nie zamieszcza. Jeżeli do Urzędu wpływa prośba o udostępnienie linka to wówczas zostanie on opublikowany, jeżeli dotyczy np. lokalnej imprezy czy innego wydarzenia w gminie.

Przewodniczący Komisji pytał o list otwarty Wójta Gminy, czy FB to dobre miejsce do publikowania tego rodzaju listów.

P. Andrzejewski stwierdził, że jest to bardzo dobre miejsce aby opublikować taki list, gdyż intencją było, aby dotarł do jak największej liczby odbiorców.

Sekretarz Gminy zaznaczyła, że publikacja listu otwartego była poleceniem Wójta.

Przewodniczący G. Łukszo pytał o panel „Pytania do Wójta”, w jaki sposób jest obsługiwany.

Kierownik PG poinformował, że panel obsługiwany jest przez asystenta ds. komunikacji T. Mańkowskiego. Wpływa pytanie, a następnie publikowana jest odpowiedź wraz z pytaniem.

Radny W. Majewski pytał czy PG analizuje wyniki swojej pracy pod względem skuteczności, tj. jakie są korzyści z działań promocyjnych, np. jaki skutek odniósł film promocyjny.

P. Andrzejewski poinformował, że film to był projekt edukacyjny, był kolportowany w szkołach, na 25 – lecie samorządu i były bardzo pozytywne głosy odbiorców. Referat opiera się na oddźwięku społecznych, na opiniach. Nie było zlecanych badań ankietowych. W 2017 r. są planowane badania ankietowe dotyczące diagnozy potrzeb – w tym również kierunków PR.

Przewodniczący Komisji poruszył kwestię filmu dotyczącego Obwodnicy Zachodniej Poznania, w którym osoba kierująca samochodem rozmawia podczas jazdy przez telefon komórkowy i może to być uznane za promocję zachowań niezgodnych z prawem.

P. Andrzejewski stwierdził, że taki był pomysł, aby pokazać, że jadąc ul. Obornicką stoi się w korkach i może się zdarzyć rozmowa przez telefon.

Następnie P. Andrzejewski przedstawił zakres współpracy PG ze stowarzyszeniami w latach 2014 – 2016 w obszarze współpracy z gminami partnerskimi.

W 2014 r. współpraca obejmowała:

- Towarzystwo Przyjaciół Europy w ramach konkursu pożytku publicznego w kwocie 15.000 zł; organizacja wymian mieszkańców wyjazd do Niemiec i organizacja jubileuszu,
- Koło Gospodyń Wiejskich wyjazd do Poronina na konkurs potraw, Zespół „Mazelonka” 2.880 zł – tzw. mały grant

W 2015 r.:

- Towarzystwo Przyjaciół Europy 15.000 zł wyjazd do Francji i organizacja polsko-niemieckiego spotkania – konkurs ofert.
- Koła Gospodyń Wiejskich wyjazd do Poronina Złotniki, Chłudowo na konkurs potraw 10.000 zł – mały grant

W 2016 r.:

- Towarzystwo Przyjaciół Europy - 15.000 zł – konkurs,
- Koło Gospodyń Wiejskich w Chłudowie - 4.000 zł – tzw. mały grant,
- Koło Gospodyń Wiejskich + Zespół „Mazelonka” - 5.000 zł.

Radny M. Przybylski poruszył kwestię realizacji zadań lokalnych przez PG. Radny podkreślił, że gdy on był Przewodniczącym Zarządu Osiedla Złotniki – Osiedle to dobrze funkcjonowała realizacja zadań lokalnych i w dalszym ciągu spotyka się z pozytywnymi głosami w tej kwestii. Współpraca z PG w zakresie realizacji zadań lokalnych układa się dobrze.

Przewodniczący Komisji zaznaczył, że życzy PG opracowania Strategii Promocji Gminy, która pozwoli określić cele i skonkretyzowane formy działania. Ponadto, Przewodniczący zaznaczył, że Biedrusko czuje się poszkodowane jeżeli chodzi o działania promocyjne gminy, niewiele w tych działaniach wspomina się o Biedrusku.

W związku z brakiem innych głosów w dyskusji Przewodniczący Komisji G. Łukszo o godzinie 17:50 w dniu 10.10.2016 r. zamknął posiedzenie Komisji.

Sporządził:

Marcin Kołodziejczak

Przewodniczący Komisji Rewizyjnej:

Grzegorz Łukszo