

Protokół nr 43/2010
posiedzenia Komisji Kultury, Sportu i Turystyki Rady Miejskiej w Suwałkach
w dniu 19 kwietnia 2010 roku w Urzędzie Miejskim w Suwałkach,
ul. Mickiewicza 1, pokój nr 146, w godz. od 15³⁰ do 16⁰⁰.

Obecni członkowie Komisji:

- 1/ Waldemar Brzeziński,
- 2/ Bożenna Dunat,
- 3/ Grzegorz Gorlo,
- 4/ Andrzej Matusiewicz,
- 5/ Marzena Nalepa,
- 6/ Stanisław Sieczkowski – wiceprzewodniczący,

nieobecny:

- 1/ Krzysztof Ołowniuk – usprawiedliwiony, delegowany przez przewod. RM,

w posiedzeniu udział wzięli:

- 1/ Józef Gajewski – prezydent miasta,
- 2/ Alicja Andrulewicz – nacz. Wydz. KTP.

Lista obecności stanowi **załącznik nr 1 do protokołu**.

Posiedzeniu przewodniczył **Stanisław Sieczkowski**. Powitał zebranych i zapytał o uwagi do porządku. Zebrani nie zgłosili uwag – został przyjęty następujący porządek:

1. Przyjęcie protokołu nr 42/10 z 22 marca 2010 r.
2. Zaopiniowanie projektu uchwały w sprawie przyjęcia Strategii Promocji Miasta Suwałki na lata 2010 – 2015.
3. Wolne wnioski.

Ad pkt. 1 – przyjęcie protokołu nr 42/10 z 22 marca 2010 r.

Stanisław Sieczkowski zapytał o uwagi do protokołu nr 42/2010 z 22 marca 2010 roku – zebrani nie wnieśli uwag, wobec czego stwierdził, że protokół został przyjęty przez Komisję.

Ad pkt. 2 – projekt uchwały w sprawie przyjęcia Strategii Promocji Miasta Suwałki na lata 2010 – 2015 – stanowi **załącznik nr 2 do niniejszego protokołu, a Strategia Promocji Miasta Suwałki na lata 2010 – 2015 stanowi zał. nr 24 do protokołu nr XLVII sesji Rady Miejskiej z dnia 28 kwietnia 2010 roku**.

Alicja Andrulewicz poinformowała, że dokument pt. „Strategia Promocji Miasta Suwałki na lata 2010 – 2015” opracowała firma marketingowa WYG International. ten dokument był przygotowywany wspólnie z mieszkańcami

Suwałk i odbywało się to w dwóch formach – pierwsza polegała na powołaniu zespołów konsultacyjnych w trzech dziedzinach: gospodarka, kultura, sport i oświata. Łącznie zespoły pracujące przy dokumencie liczyły 56 osób. Drugą formą konsultacji społecznych mających na celu budowę wspólnego dokumentu, nie oderwanego od rzeczywistości, była konsultacja w formie wywieszenia tego dokumentu na stronie internetowej. Chodziło o to, żeby zespoły przedstawiły problemy miasta, a także przedstawiły opinię na temat ich rozwiązywania. Strategia ma być dokumentem wspierającym rozwój miasta, ma być pomocna w kreowaniu pozytywnego wizerunku miasta skierowanego zarówno do mieszkańców miasta, gdyż strategia ma łączyć, integrować społeczność lokalną, jak również na zewnątrz – w wymiarze konkretnym, mającym na celu napływ kapitału oraz inwestorów do miasta. Strategia obszernie określa działania dotyczące promocji zewnętrznej i wewnętrznej. Należy pamiętać, że określenie kierunków nie oznacza sztywnego trzymania się założeń, raczej należy rozumieć, że mamy być spójni w komunikacji marketingowej. Wszystkie podmioty, które zechcą zapoznać się dokumentem i włączyć się w promocję marki Suwałki, muszą pilnować, aby działania były spójne.

Oprócz konsultacji społecznych, spotkań z zespołami roboczymi, prośbami skierowanymi do internautów, to również przez firmę Pentor Research zostały przeprowadzone ogólnopolskie badania wizerunku Suwałk. Ze wszystkich badań zostały sporządzone raporty zawierające wnioski, które wykorzystano w Strategii.

Jeżeli chodzi o środki finansowe na realizację Strategii, to w tym roku zostały one zabezpieczone, szczególnie na działania dotyczące uruchomienia kampanii promocyjnej, przyjęcia dokumentu, a szczególnie opracowania systemu identyfikacji wizualnej, czyli marki Suwałki. W latach następnych będą pozyskiwane środki z innych źródeł, nie tylko z budżetu miasta, będą podejmowane wspólne działania w ramach różnych projektów m.in. Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007 – 2013.

Andrzej Matusiewicz zapytał, czego dotyczyły najistotniejsze zastrzeżenia, uwagi wobec pierwotnej wersji dokumentu. Jakie są główne różnice pomiędzy pierwszą wersją dokumentu a obecną? Co zmieniło się, skoro tak długo trwały uzgodnienia?

Alicja Andrulewicz wyjaśniła, że na etapie przygotowania dokument był dokładnie analizowany, konsultowany z ekspertami z różnych dziedzin, były zbierane uwagi, ponieważ przede wszystkim chodziło o to, aby nie powstał dokument oderwany od rzeczywistości. Na początku firma przygotowująca Strategię miała inne wyobrażenie o zakresie prac i zagadnień, które powinny znaleźć się w opracowaniu. Wątpliwości też wzbudziły rozbieżne materiały promocyjne, bo tam, gdzie samorząd nie ma wpływu na produkcję i

rozpowszechnianie materiałów promocyjnych, to nie może zastosować formy nakazowej, żeby firmy produkowały materiały określonego rodzaju. Dodatkowo, w pierwszej wersji dokument zawierał sporo błędów redakcyjnych, stylistycznych, które należało poprawić. Kontrowersje również wzbudziło proponowane hasło, logotyp, bo w tym dokumencie jest zawarta informacja, jakie proponowano hasła na podstawie różnych badań i jakie rozwiązania firma przedstawiła. Oceniliśmy, że zaczerpnięte z tego wykazu hasła nie przyjmą się. Dyskutowaliśmy również nad zagadnieniem – czy hasła będą bardziej nośne, czy maskotka. Projekt maskotki też wzbudził kontrowersje – pomysły były różne, proponowano m.in. czarnego bociana. Jednak ta propozycja nie została zaakceptowana, ponieważ czarnego bociana trudno znaleźć w mieście, on nie pasuje do Suwałk, sama kolorystyka i czarna tonacja budzi raczej negatywne emocje. Na każdym etapie prac, konsultacji i zgłaszania uwag firma odnosiła się ze zrozumieniem i poprawiała dokument zgodnie z sugestiami.

Radni nie zgłosili innych uwag i zapytań i w głosowaniu: „za” – 6 radnych /jednomyślnie/ Komisja pozytywnie zaopiniowała projekt uchwały w sprawie przyjęcia Strategii Promocji Miasta Suwałki na lata 2010 – 2015 – opinia stanowi *załącznik nr 3 do protokołu*.

Ad pkt. 3 – wolne wnioski.

Wolnych wniosków nie zgłoszono i na tym protokół zakończono.

Protokołowała:

Anna Prusinowska
Podinspektor BRM

Wiceprzewodniczący
Komisji Kultury, Sportu i Turystyki

Stanisław Sieczkowski