



PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

OR-03.0057-3147/09

Kraków, 18. 09. 2009

Pan
Paweł Bystrowski
Radny Miasta Krakowa

W odpowiedzi na Pana interpelację w sprawie zarządzania kulturą, złożoną między sesjami Rady Miasta Krakowa w dniu 31 sierpnia 2009 r., uprzejmie informuję:

Wniosek o dofinansowanie w ramach działania 8.1 Promocja Małopolski na arenie międzynarodowej Małopolskiego Programu Operacyjnego na lata 2007-2013 nie jest jedynym, jaki złożyło dotychczas Krakowskie Biuro Festiwalowe. Biuro pozyskiwało już dofinansowanie z takich źródeł, jak środki Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Mecenatu Małopolskiego, Fundacji Współpracy Polsko-Niemieckiej i MRPO (na Festiwal Muzyki Filmowej w Krakowie w 2009 r.) na łączną kwotę ponad 2 mln złotych. Ponadto, aktualnie w trakcie rozpatrywania są wnioski o dofinansowanie na kwotę ponad 1 mln złotych, w tym do European Cultural Foundation oraz Funduszu Wymiany Kulturalnej.

Niesłuszne jest poddawanie w wątpliwość celowości wydatkowania środków publicznych na realizację projektu „6 Zmysłów”, bowiem w 2009 roku koszt kampanii promocyjnej tego projektu wyniósł 17,5 mln złotych, natomiast realny koszt jaki poniosło Krakowskie Biuro Festiwalowe to 2,4 mln złotych. Kwotę różnicy – czyli 15,1 mln złotych – Krakowskie Biuro Festiwalowe pozyskało od swoich partnerów.

Uprzejmie informuję, że nabór i późniejsza ocena wniosków składanych w ramach unijnych projektów promocji Małopolski (działanie 8.1) ma charakter konkursu, z ograniczoną pulą środków, uniemożliwiającą pozytywne rozpatrzenie wszystkich aplikacji. Z tego względu, co oczywiste, w ramach procesu naboru zakończonego 13 sierpnia br. tylko niektóre z nich uzyskały dofinansowanie. Ocena wniosku prowadzona jest według ściśle określonych kryteriów, wśród których nie ma kryterium „jakości promowanej marki”. Wnioski, które kryteriów nie spełniały, odrzucono przy ocenie formalnej. Wniosek Krakowskiego Biura Festiwalowego na tym etapie oceniony został pozytywnie.

Drugim z kolei kryterium oceny jest trwałość projektu (punkty za przedstawienie uchwały intencyjnej). Przedmiotowy wniosek za jej brak otrzymał 0 punktów i nie był poddany dalszej ocenie merytorycznej. Wobec braku odpowiedniej uchwały Rady Miasta Krakowa, wraz z uzupełnionym na etapie oceny formalnej wnioskiem, Krakowskie Biuro Festiwalowe złożyło do Urzędu Marszałkowskiego m.in. dokumenty świadczące o zabezpieczeniu w swoim budżecie odpowiednich środków na realizację projektu.

Podjęcie przez Radę Miasta Krakowa właściwej uchwały było niemożliwe ze względu na przerwę wakacyjną w jej obradach. Ostateczne wyniki oceny złożonych na konkurs projektów ukazały się 19 sierpnia, czyli przed pierwszą powakacyjną sesją Rady Miasta Krakowa. Wniosek nie znalazł się na liście dofinansowanych projektów. W związku z powyższym podjęta została decyzja o wycofaniu złożonego w lipcu br. do Kancelarii Rady Miasta i Dzielnicy Krakowa projektu uchwały.

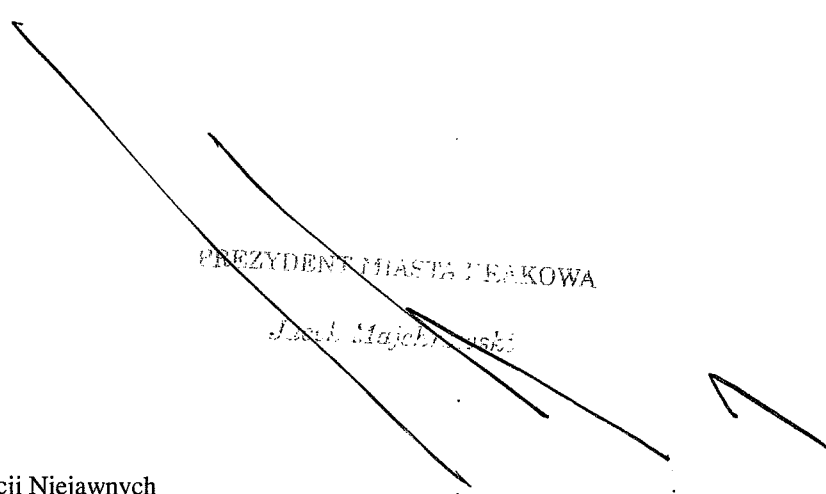
Przygotowywana przez daną gminną komórkę organizacyjną dokumentacja dotycząca tego rodzaju wniosków jest poddawana właściwej analizie formalno-merytorycznej przez odpowiednie służby Urzędu Miasta Krakowa. Niekiedy prowadzone konsultacje i wyjaśnienia również mają wpływ na wydłużenie procesu przygotowawczego przed złożeniem do Urzędu Marszałkowskiego wymaganych dokumentów.

Komisja oceny projektów dokonuje ich wyboru nie na podstawie kryterium przedmiotu ujęcia tematu różnicującego wagę promocji Małopolski (wykorzystanie tematu np. znanych sportowców, szlaku muzeów czy festiwali). Dofinansowanie zyskują wnioski, które otrzymają najwięcej punktów w trakcie oceny merytorycznej. Projekt KBF nie został poddany pełnej ocenie, ponieważ nie została załączona wspomniana uchwała Rady Miasta Krakowa. W innym przypadku, jak wykazuję w załączonym zestawieniu kryteriów oceny z odpowiadającymi im częściami wniosku, otrzymałby wystarczającą ilość punktów, by znaleźć się na liście rankingowej i to na czołowych pozycjach. Z analizy punktacji wynika, że jeżeli wniosek poddany zostałby pełnej ocenie z uwzględnieniem pozostałych kryteriów, otrzymałby co najmniej 74 punkty i znalazł się na 3 pozycji na liście rankingowej wniosków.

Z uwagi na wartość projektu „6 Zmysłów” w promocji miasta i Małopolski, we wrześniu 2009 roku KBF rozpoczyna prace nad ponownym przygotowaniem wniosku i uszczegółowieniem założeń, tak aby wniosek złożyć w planowanym kolejnym konkursie w działaniu 8.1 w I kwartale 2010 r. Jak zostało przedstawione we wniosku o dofinansowanie, poprzez promocję cyklu imprez organizowanych pod wspólną marką „6 Zmysłów” promowany może być cały Kraków i region. Kreowany będzie pożądanym, założony w dokumentach strategicznych, wizerunek Krakowa jako miasta nowoczesnego i dynamicznego, w którym odbywają się różnorodne wydarzenia. Pozwoli na rozwój turystyki kulturowej w Krakowie. Odbywające się w Krakowie festiwale zyskują stale na znaczeniu jako kolejny produkt turystyczny miasta. Uczestnicy imprez wchodzących w skład projektu „6 Zmysłów”, dzięki temu, że odbywają się one w różnych częściach miasta, będą mogli je poznać. W projekcie zwraca się również uwagę na znaczenie promocji krakowskich produktów turystycznych w promocji atrakcji całego regionu. Sprzyja temu rola Krakowa jako węzła komunikacyjnego. Turyści przybywający do Małopolski różnymi środkami transportu: samochodami, koleją, a w szczególności drogą lotniczą, docierają najpierw do stolicy regionu, a dzięki dogodnym połączeniom drogowym i kolejowym mogą odwiedzić inne atrakcyjne turystycznie miejsca w regionie.

Każdego roku Krakowskie Biuro Festiwalowe pozyskuje z powodzeniem środki od partnerów i instytucji zewnętrznych. Dzięki tym działaniom, realizowane w Krakowie przedsięwzięcia kulturalne zyskują dodatkową oprawę, a miastu zapewniają szeroką promocję i wspierają budowanie rozpoznawalności marki, nie obciążając dodatkowo budżetu miasta.

Zapewniam Pana Radnego, że przypadku stwierdzonych sytuacji „zaniedbania i niechlujstwa” pracowników podległych mi służb polecam każdorazowo wyciągnięcie odpowiednich konsekwencji służbowych.


PREZYDENT MIASTA KRAKOWA

Jacek Majchrowski

Otrzymują:

1. Adresat + załącznik
2. Krakowskie Biuro Festiwalowe
3. Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji Niejawnych
4. Biuletyn Informacji Publicznej
5. A/a

Załącznik

Kryteria oceny wniosków:

1. Ekonomiczno-społeczny wpływ na rozwój regionu – nasz wniosek otrzymał 2 punkty z możliwych 4 za przedstawienie szczegółowo opisanego uzasadnienia ekonomiczno-społecznego wpływu projektu na rozwój regionu, ale bez wyliczeń liczbowych. 2 punkty pomnożone przez wagę 4 = **8 punktów**.

2. Trwałość projektu – z powodu braku uchwały RMK wniosek otrzymał 0 punktów w podkryterium 1 „trwałość instytucjonalna”. Drugim podkryterium jest „planowany sposób wykorzystania efektów projektu” – oceniany jest planowany sposób pomiaru efektów projektu. Opisany on został m.in. w punkcie 5.3.2 Studium wykonalności (str. 41) Efekty promocji zagranicznej będą mierzone na 3 sposoby:

- poprzez analizę odwiedzin stron www prowadzonych przez Biuro, przede wszystkim strony www.6zmyslow.pl, a także stron poszczególnych festiwali,
- poprzez monitorowanie obcojęzycznej prasy branżowej poświęconej kulturze i turystyce oraz zagranicznych portali internetowych celem gromadzenia tzw. „wycinków”, w których mowa będzie o projekcie „6 zmysłów”,
- poprzez analizę publikowanych przez Małopolską Organizację Turystyczną i Główny Urząd Statystyczny raportów dotyczących turystyki.

Założyliśmy, że w badanie efektów promocji będą zaangażowani pracownicy punktów SIM, obsługujący turystów odwiedzających Kraków.

W przypadku przedłożenia uchwały RMK przyznane zostałyby 2 punkty, a 2 kolejne za określenie celów projektu i sposobów mierzenia ich osiągnięcia.

4 punkty pomnożone przez wagę 3 = **12 punktów**

3. Wpływ na polityki horyzontalne:

Wykazaliśmy w studium wykonalności pozytywny wpływ na politykę równości szans (2 punkty) i neutralny wpływ na politykę zrównoważonego rozwoju (1 punkt). Łącznie 3 punkty pomnożone przez wagę 1 = **3 punkty**

4. Komplementarność projektu. Oceniane są: zgodność z projektem ze strategią promocji obszaru objętego projektem i innymi dokumentami strategicznymi oraz ze zrealizowanymi i realizowanymi przez beneficjenta i inne podmioty projektami. Wykazaliśmy zgodność celów projektu ze strategią promocji Krakowa i z innymi dokumentami strategicznymi na poziomie miasta, województwa i kraju. (1 punkt). Wykazaliśmy też zgodność z realizowanymi przez Kraków (Experience Cracow in Vienna; Kraków wart jest zaliczenia, Kraków porusza zmysły) i Urząd Marszałkowski kampaniami promocyjnymi (Małopolska na zawsze) 2 punkty. Łącznie 3 punkty pomnożone przez wagę 3 = **9 punktów**

5. Kompleksowość projektu. Oceniane są:

- ilość zaplanowanych narzędzi marketingowych. Zaplanowaliśmy użycie 11 narzędzi. Wg kryteriów oceny. przy użyciu więcej niż 3 narzędzi przyznawane są 2 punkty.
- spójność przekazu, jeśli zastosowane narzędzia (nośniki), charakteryzują się spójnym komunikatem, kierowanym do tej samej grupy docelowej i jeśli są one realizowane w jednym czasie, umożliwiającym odbiorcom ich połączenie. Za ocenieniem przekazu we wszystkich użytych narzędziach przemawia chociażby użycie wspólnego logotypu i hasła projektu „6 zmysłów”. (1 punkt)
- zawarcie elementu pomiaru efektów, opisane wyżej, w ramach oceny trwałości projektu. Element ten został zawarty i opisany w studium wykonalności. (1 punkt)
- Łącznie 4 punkty pomnożone przez 3 = **12 punktów**

6. Jakość założeń finansowych – oceniane są:

- kalkulacja kosztów planowanych działań, gdy wielkości kosztów nie budzą wątpliwości a założenia do nich są opisane (wątpliwości były, ale przy poprawkach zostały wyjaśnione na ile się dało, założenia są opisane) 1 lub 2 punkty
- proporcje planowanych wydatków – struktura wydatków jest adekwatna do planowanych działań i jasno opisana 1 lub 2 punkty
- harmonogram działań – działania są precyzyjnie opisane i wykonalne w określonym czasie 2 punkty

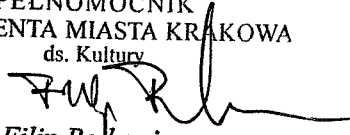
Łącznie od 4 do 6 punktów, pomnożone przez wagę 2 = **od 8 do 12 punktów**

7. Potencjał ekonomiczny rynku docelowego, Za skalę odniesienia przyjęto PKB na mieszkańca krajów objętych promocją. Na dołączonej do wniosku mapie Europy zaznaczone zostały kraje i rodzaje działań promocyjnych prowadzonych na ich terenie. Z mapki wynika, że najwięcej działań prowadzonych będzie we Francji, Niemczech i Austrii – krajach o wyższym od Polski PKB – przyznane powinny być 2 punkty. Pomnożone przez wagę 3 = **6 punktów**.

8. Regionalny charakter projektu, projekty promujące obszar co najmniej 15 powiatów, obszar KOM lub gminę Kraków otrzymują 4 punkty, pomnożone przez wagę 4 = **16 punktów**.

Łącznie daje to od 74 do 78 punktów w zależności od oceny kryterium 6 – jakość założeń finansowych. Ostatni z 8 umieszczonych na liście rankingowej wniosek otrzymał 72 punkty.

PEŁNOMOCNIK
PREZYDENTA MIASTA KRAKOWA
ds. Kultury


Filip Berlikowicz
7.09.09