

## INTERPELACJA RADEGO

Radna Małgorzata Kaptur

W sprawie **ewaluacji Strategii Promocji Gminy Mosina na lata 2014-2020**

Najwyższa Izba Kontroli poinformowała niedawno o wynikach kontroli promocji 10 gmin w województwie świętokrzyskim.

Stwierdziła, że promocja gmin odbywa się bez jasnych strategii i planów działań, głównie na podstawie doraźnych pomysłów i ustnych sugestii. Także wydatki planowane są raczej na podstawie budżetów z lat wcześniejszych, niż na podstawie rzeczowych analiz potrzeb promocyjnych. Nie ma planów działań promocyjnych na dany rok. Jest tylko zaplanowana kwota w budżecie. Nie ma systemów ewaluacji działań, więc w efekcie gminy nie wiedzą nawet, czy i w jakim stopniu wydane pieniądze przyczyniają się do budowania ich pozytywnego wizerunku.

Jako nieprawidłowe działanie NIK uznał finansowanie ze środków przeznaczonych na promocję przedsięwzięć, które nie były zadaniami promocyjnymi. Wszystkie te uwagi opisują również sytuację promocji w naszej gminie. Jest coś, co nas wyróżnia pozytywnie.

Gmina Mosina posiada **Strategię Promocji Gminy Mosina na lata 2014-2020** przyjęta Uchwałą Rady Miejskiej w Mosinie nr LXIX z dnia 30 października 2014 r.

W *Raporcie o stanie Gminy Mosina* nie wspomniano jednak o niej ani słowem, dlatego proszę o krótkie sprawozdanie z realizacji celów strategicznych i operacyjnych ujętych w ww. dokumencie.

### **Proszę też o odpowiedź na następujące pytania:**

1. Czy został powołany i działa zespół ds. Marki Gminy Mosina, o którym mowa w Strategii Promocji Gminy Mosina na lata 2014-2020? Jeżeli tak, proszę o podanie jego składu i sprawozdanie z jego działalności.
2. Czy w naszej gminie są sporządzane plany roczne promocji i sprawozdania z realizacji planów promocji? Jeżeli tak, to proszę o udostępnienie planu na rok 2019.
3. Ile osób miesięcznie/rocznie odwiedza stronę internetową gminy?
4. Czy monitorowana jest ilość statystyk z portalu społecznościowego Facebook?
5. Ile i w jakich tytułach ukazało się artykułów w prasie regionalnej i ogólnopolskiej?
6. Ilu turystów dociera do Sklepiku Eleganta rocznie?
7. Jakie wskaźniki i narzędzia stosuje się, by uzyskać wiedzę na temat efektów nakładów na poszczególne działania promocyjne?



Mosina, 26.08.2019 r.

## Wzorcowy schemat procesu promocji jednostki samorządu terytorialnego



Źródło: opracowanie własne NIK na podstawie pracy Rola samorządów gminnych w procesach rozwojowych Polski Wschodniej – raportu pod red. nauk. B. Plago; A. Szromnik, Marketing terytorialny jako atrybut rynkowej orientacji miast i regionów, [w] A. Grzegorzczak, A. Kochaniec (red.), Kreowanie wizerunku miast, Warszawa 2011

**BR.0003.175.2019**



Mosina, 26 sierpnia 2019 r.

**Pan  
Przemysław Mieloch  
Burmistrz Gminy Mosina**

W załączeniu przekazuję kserokopię interpelacji radnej Małgorzaty Kaptur w sprawie ewaluacji Strategii Promocji Gminy Mosina na lata 2014-220.

Z up. Przewodniczącej  
Rady Miejskiej

Anita Cwiklińska

**Do wiadomości:**

Pani Małgorzata Kaptur

Radna Rady Miejskiej w Mosinie

