

p. M. Lewandowski

Proszę o przekazanie
do Biura Promocji Miasta i Wy...
oraz Wydz. Zauw. Półd.



NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Delegatura w Bydgoszczy

2 AIK

12.05.2014

AUDYTOR WNEWNETRZNY
14.05.14r. uz.
Joanna Motylewska-Retkowska
LBY - 4101-001-02/2014
P/14/068

12.05.2014

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY	
SEKRETARIAT PREZYDENTA	
wpl. data	12.05.2014
nr wpływu	61835/5498
liczba załączników: 2	

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY	
ZESPÓŁ AUDYTU I KONTROLI	
wpl. dnia	13.05.2014
nr wpływu	61835/187
liczba załączników:	

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

5720 S. UNIVERSITY AVE.

CHICAGO, ILL. 60637

TEL: 773-936-3700

FAX: 773-936-3700

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

WWW: WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

I. Dane identyfikacyjne kontroli

Numer i tytuł kontroli

P/14/068 – Działania promocyjne wybranych miast na prawach powiatu

Jednostka
przeprowadzająca
kontrolę

Najwyższa Izba Kontroli - Delegatura w Bydgoszczy

Kontroler

Mateusz Grynicz, starszy inspektor kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr 88936 z 29 stycznia 2014 r.

[dowód: akta kontroli str. 1, 2]

Jednostka
kontrolowana

Urząd Miasta Bydgoszczy, ul. Jezuitska 1, 85-102 Bydgoszcz, zwany dalej „Urzędem”.

Kierownik jednostki
kontrolowanej

Rafał Bruski - Prezydent Miasta Bydgoszczy, zwany dalej „Prezydentem”.

[dowód: akta kontroli str. 3]

II. Ocena kontrolowanej działalności¹

Ocena ogólna

Działalność promocyjna Miasta Bydgoszczy, zwanego dalej „Miastem”, w okresie objętym kontrolą² była prowadzona w sposób spójny, usystematyzowany, w oparciu o posiadaną strategię rozwoju oraz plan operacyjny wdrożony na jej podstawie. Pozytywnie Izba ocenia przygotowanie organizacyjne oraz planistyczne Urzędu do prowadzenia marketingu terytorialnego. Działania promocyjne służyły realizacji zakładanych celów strategicznych i operacyjnych. Adekwatność tych działań oraz zasadność ich kontynuacji potwierdzały m.in. wyniki badań opinii mieszkańców Bydgoszczy zleconych przez Urząd. Nie stwierdzono przypadków nieprawidłowego ewidencjonowania wydatków ponoszonych na promocję Miasta, w zakresie klasyfikacji budżetowej.

Negatywnie NIK ocenia zlecenie klubom sportowym usług promujących Miasto w trybie z wolnej ręki, pomimo niewystępowania przesłanek zastosowania tego trybu. Stanowiło to naruszenie art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a ustawy Prawo zamówień publicznych³, zwanej dalej „uPzp”. Nieprawidłowości w ww. zakresie stwierdzono już w trakcie kontroli NIK w 2013 r.⁴, jednak Urząd nie zaniechał praktyki udzielania zamówień publicznych w trybie z wolnej ręki z naruszeniem ww. przepisu uPzp.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego

1. Planowanie działań promocyjnych w Mieście Bydgoszczy

1.1. Przygotowanie organizacyjne

Opis stanu
faktycznego

W okresie objętym kontrolą zadania związane z promocją Miasta realizowały:

1) Wydział Kultury i Współpracy z Zagranicą, zwany dalej „WKW” (do 4 stycznia 2012 r.), do zadań którego należało m.in. podejmowanie działań w zakresie promocji

¹ Najwyższa Izba Kontroli stosuje 3-stopniową skalę ocen: pozytywna, pozytywna mimo stwierdzonych nieprawidłowości, negatywna. Jeżeli sformułowanie oceny ogólnej według proponowanej skali byłoby nadmiernie utrudnione, albo taka ocena nie dawałaby prawdziwego obrazu funkcjonowania kontrolowanej jednostki w zakresie objętym kontrolą, stosuje się ocenę opisową, bądź uzupełnia ocenę ogólną o dodatkowe objaśnienie.

² Kontrolą objęto lata 2011 – 2013, a także stan faktyczny i działania podejmowane przed 2011 r. i po 2013 r., o ile miały bezpośredni wpływ na zjawiska będące przedmiotem kontroli.

³ Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013 r. poz. 907 ze zm.).

⁴ Po kontroli nr S/13/002 pn. „Prywatyzacja WKS Zawisza Bydgoszcz S.A.”.

Miasta za granicą⁵. W okresie od 19 grudnia 2012 r. do 28 lutego 2013 r. realizacja tych zadań należała do wyodrębnionego w strukturze Urzędu Zespołu ds. Współpracy Międzynarodowej⁶;

2) Wydział Promocji, Sportu i Turystyki, zwany dalej „WPST” (do 28 lutego 2013 r.)⁷, do zadań którego należało m.in.⁸ budowa strategii i planów promocyjnych miasta oraz kreowanie działań związanych z promocją miasta poprzez sport, kreowanie i upowszechnianie wizerunku Bydgoszczy jako miasta atrakcyjnego turystycznie, kształtowanie marki i wizerunku Bydgoszczy w publikacjach własnych i obcych, podejmowanie działań w zakresie promocji kultury, sportu i gospodarki, opracowywanie rocznego kalendarza przedsięwzięć miejskich i nadzór nad jego realizacją, podejmowanie działań w zakresie promocji miasta za granicą, przygotowanie przy współudziale bydgoskich uczelni przedsięwzięć promocyjnych informujących o potencjale naukowym, kulturalnym i turystycznym miasta;

3) Wydział Promocji, Obsługi Mediów i Komunikacji Społecznej, zwany dalej „WPM” (od 1 marca 2013 r. do 27 lutego 2014 r.)⁹, którego zadania obejmowały m.in.¹⁰ budowę strategii i planów promocyjnych Miasta, organizację przedsięwzięć promocyjnych i współpracę z podmiotami zewnętrznymi i wewnętrznymi w tym zakresie, prowadzenie spraw związanych z promocją poprzez sport, kreowanie działań dotyczących aktywności zagranicznej Miasta, realizowanej poprzez współpracę z miastami partnerskimi, organizacjami i stowarzyszeniami międzynarodowymi oraz instytucjami Unii Europejskiej.

Od 28 lutego 2014 r. realizacja zadań związanych z promocją Miasta została przydzielona odpowiednio do: Biura Promocji Miasta i Współpracy z Zagranicą oraz Biura Obsługi Mediów i Komunikacji Społecznej.

[dowód: akta kontroli str. 262-265]

W kontrolowanym okresie nie powoływano doraźnych zespołów do spraw związanych z promocją Miasta Bydgoszczy.

We wskazanych powyżej komórkach organizacyjnych Urzędu zatrudnionych było 57 pracowników¹¹. W latach 2011 - 2013 Urząd zapewnił ich szkolenie m.in. z zakresu: dobrych praktyk dotyczących tworzenia strategii rozwoju miasta; wskaźników realizacji strategii miasta oraz ich monitorowania; praw autorskich w kulturze; marki, pozycjonowania, strategii komunikacji marketingowej; marketingowych aspektów organizacji imprez biegowych; tworzenia pozytywnego wizerunku firmy i urzędu przed dziennikarzami.

[dowód: akta kontroli str. 110, 111, 113-115, 1988-1989, 2104-2113]

W latach 2011 - 2013 w Urzędzie przeprowadzone zostały trzy kontrole zewnętrzne, które dotyczyły zagadnień związanych z promocją Miasta Bydgoszczy, tj.:

⁵ Załącznik nr 5 do Zarządzenia nr 60/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 24 stycznia 2011 r. w sprawie nadania regulaminów wewnętrznych Wydziałom Urzędu ze zm., zwanego dalej „Zarządzeniem nr 60/2011 z dnia 24 stycznia 2011 r.” (w brzmieniu obowiązującym do 4 stycznia 2012 r.).

⁶ Załącznik nr 34 do Zarządzenia nr 60/2011 z dnia 24 stycznia 2011 r. ze zm. (w brzmieniu obowiązującym od 19 grudnia 2012 r. do 28 lutego 2013 r.), wprowadzony Zarządzeniem nr 843/2012 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 19 grudnia 2012 r. zmieniającym ww. zarządzenie w sprawie nadania regulaminów wewnętrznych wydziałom Urzędu.

⁷ Załącznik nr 1 do Zarządzenia nr 59/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 24 stycznia 2011 r. w sprawie nadania regulaminu organizacyjnego Urzędu Miasta Bydgoszczy ze zm., zwanego dalej „Zarządzeniem nr 59/2011 z dnia 24 stycznia 2011 r.” (w brzmieniu obowiązującym do 28 lutego 2013 r.).

⁸ Załącznik nr 23 do Zarządzenia nr 60/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 24 stycznia 2011 r. ze zm. (w brzmieniu obowiązującym od 11 marca 2011 r. do 28 lutego 2013 r.), wprowadzony Zarządzeniem nr 232/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 11 marca 2011 r. zmieniającym ww. zarządzenie w sprawie nadania regulaminów wewnętrznych wydziałom Urzędu.

⁹ Zarządzenie nr 59/2011 z dnia 24 stycznia 2011 r. (w brzmieniu obowiązującym od 1 marca 2013 r. do 31 grudnia 2013 r.).

¹⁰ Załącznik nr 36 do Zarządzenia nr 60/2011 z dnia 24 stycznia 2011 r. ze zm. (w brzmieniu obowiązującym od 1 marca 2013 r. do 27 lutego 2014 r.), wprowadzony Zarządzeniem nr 150/2013 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 1 marca 2013 r. zmieniającym ww. zarządzenie w sprawie nadania regulaminów wewnętrznych wydziałom Urzędu.

¹¹ Łączna liczba pracowników, których okres zatrudnienia we wskazanych komórkach organizacyjnych Urzędu przypadła w latach 2011 - 2013.

- w 2011 r. Najwyższa Izba Kontroli, w ramach kontroli finansowego wspierania kultury fizycznej i sportu przez Urząd w latach 2009 - 2011, zbadła m.in. zakres umów zawartych z klubami sportowymi na wykonywanie na rzecz Miasta usług promocyjnych poprzez sport i sposób ich realizacji (nieprawidłowości w tym zakresie nie stwierdzono);
- w 2012 r. Regionalna Izba Obrachunkowa w Bydgoszczy, w ramach kontroli kompleksowej Urzędu za okres 2011 - I półrocze 2012 r., zbadła m.in. prawidłowość udzielenia dwóch zamówień publicznych dotyczących promocji Miasta (nieprawidłowości w tym zakresie nie stwierdzono);
- w 2013 r. Najwyższa Izba Kontroli, w ramach kontroli prywatyzacji WKS Zawisza Bydgoszcz S.A., zbadła m.in. prawidłowość zawierania z ww. klubem sportowym umów o wykonanie usług promocyjnych i reklamowych na rzecz Miasta Bydgoszczy. Wnioski pokontrolne oraz sposób ich realizacji przez Urząd przedstawiono w pkt. 3.3. niniejszego wystąpienia.

[dowód: akta kontroli str. 92-109]

Ustalone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

1.2. Planowanie marketingu terytorialnego

Opis stanu
faktycznego

W kontrolowanym okresie Urząd nie posiadał odrębnego dokumentu strategicznego dotyczącego promocji Miasta, pomimo że wydziałom: WPSiT (w okresie do 28 lutego 2013 r.) i WPM (w okresie od 1 marca 2013 r. do 27 lutego 2014 r.) przypisano zadanie opracowania takiej strategii¹².

Mirela Jaros - Klimińska Dyrektor WPST w okresie od stycznia 2011 r. do lutego 2013 r. (w trakcie kontroli NIK Dyrektor Biura Promocji Miasta i Współpracy z Zagranicą), zwana dalej „Dyrektorem WPST”, wskazała, iż podjęto próbę przeanalizowania istniejących strategii innych miast oraz zorganizowano spotkania z agencjami świadczącymi usługi polegające na tworzeniu tego typu wielowątkowych i obszernych dokumentów w celu poznania ich metodologii pracy. Uznano jednak, iż dokumenty strategiczne powstawały według takiego samego schematu dla wszystkich miast, nie oddając ich lokalnej tożsamości i że nie były konsekwencją strategii rozwoju, która jest kluczowym dokumentem dla miasta. Wyjaśniła, iż koszt opracowania takiego dokumentu przez firmę zewnętrzną kształtuje się na poziomie od 200 tys. zł do 1,5 mln zł.

Według wyjaśnień Dyrektor WPST oraz Piotra Kurka Dyrektora WPM w okresie od marca 2013 r. do lutego 2014 r. (w trakcie kontroli NIK Dyrektora Biura Obsługi Mediów i Komunikacji Społecznej), zwanego dalej „Dyrektorem WPM”, najbardziej korzystnym rozwiązaniem dla ciągłości pracy WPST (później WPM) oraz optymalizacji wydatków okazało się uszeregowanie założeń promocji miasta w perspektywie kilkuletniej w ramach prac nad „Strategią Rozwoju Miasta 2013 - 2030” bez angażowania podmiotów zewnętrznych. Dyrektor WPST wskazała, iż w wyniku tych działań Referat Promocji i Komunikacji Społecznej w WPM przygotował dokument pn. „Cele strategiczne promocji miasta Bydgoszczy na lata 2014 - 2015”, który przedłożono Prezydentowi w dniu 19 grudnia 2013 r.

[dowód: akta kontroli str. 2033, 2041-2042, 2061, 2063, 2064]

¹² Pkt. II.3 ppkt. 3 regulaminu wewnętrznego WPSiT określonego w załączniku nr 23 do Zarządzenia nr 60/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 24 stycznia 2011 r., ze zm. (w brzmieniu obowiązującym od 11 marca 2011 r. do 28 lutego 2013 r.) oraz pkt. II.1 ppkt. 1 regulaminu wewnętrznego WPM określonego w załączniku nr 36 do ww. zarządzenia (w brzmieniu obowiązującym od 1 marca 2013 r. do 27 lutego 2014 r.).

Działania promocyjne Miasta oparte były na „Strategii Rozwoju Bydgoszczy do 2015 r.”¹³, zwanej dalej „Strategią Rozwoju” oraz na planie operacyjnym pn. „Plan Rozwoju Bydgoszczy na lata 2009 - 2014”¹⁴, zwanym dalej „Planem Rozwoju”, spójnym z ww. strategią.

[dowód: akta kontroli str. 44-51, 111, 112]

W Strategii Rozwoju sformułowano następującą misję rozwoju Miasta: „Bydgoszcz - miastem bezpiecznym, przyjaznym ludziom i środowisku, nowoczesną i funkcjonalną metropolią, sprzyjającą rozwojowi innowacyjnej gospodarki, znaczącym krajowym i międzynarodowym ośrodkiem administracyjnym, naukowym, kulturalnym, sportowym i turystycznym”.

Działania promocyjne Miasta oparte były m.in. na określonym w Strategii Rozwoju celu strategicznym „Wzmocnienie roli Bydgoszczy jako jednego z krajowych centrów usług” oraz na celu operacyjnym „Promocja miasta, zwiększenie jego atrakcyjności i lokalizacyjnej konkurencyjności”¹⁵. W ramach tego celu operacyjnego wyznaczono sześć działań:

1. „Wypracowanie marki miasta jednoznacznie kojarzącej się z Bydgoszczą”;
2. „Uczestnictwo w targach, wystawach i innych formach promocji miasta”;
3. „Uczestnictwo Bydgoszczy w związkach i organizacjach miast i gmin na różnych szczeblach”;
4. „Rozpowszechnianie wydawnictw promocyjnych i informacji o Bydgoszczy”;
5. „Współpraca na rzecz umocnienia roli Bydgoszczy jako miasta kongresów, zjazdów międzynarodowych i krajowych”;
6. „Organizacja kampanii promocyjnej z wszechstronnym wykorzystaniem mediów na rzecz zwiększenia zainteresowania miastem”.

Każde z ww. działań miało określony jednakowy horyzont czasowy, który obejmował lata 2005 - 2015. W Strategii Rozwoju określono dla ww. celu operacyjnego wskaźnik monitorowania skuteczności jego realizacji: liczba odwiedzających (korzystających z noclegów)¹⁶.

[dowód: akta kontroli str. 265-267, 284-306]

Działania promocyjne Miasta uwzględniały priorytety określone w Planie Rozwoju, w tym m.in. „Wzrost innowacyjności i konkurencyjności gospodarki miasta”, w ramach którego wdrażano program „Przystanek Bydgoszcz”¹⁷. Celem tego programu była budowa silnej marki Bydgoszczy, integracja społeczności lokalnej, budowa wspólnej tożsamości, zwiększenie liczby inwestorów, wspieranie rozwoju gospodarczego oraz zwiększenie liczby turystów. Określono rodzaje przedsięwzięć realizowanych w ramach programu oraz zdefiniowano i przyjęto wskaźniki rezultatu:

¹³ Załącznik do uchwały nr XXXVI/795/04 Rady Miasta Bydgoszczy z dnia 10 listopada 2004 r. w sprawie strategii rozwoju Bydgoszczy. Uchwałą nr XLVIII/1045/13 Rady Miasta Bydgoszczy z dnia 27 listopada 2013 r. w sprawie „Strategii Rozwoju Bydgoszczy do 2030 roku” przyjęto „Strategię Rozwoju Bydgoszczy do 2030 roku”.

¹⁴ Załącznik do uchwały nr XLV/632/09 Rady Miasta Bydgoszczy z dnia 1 kwietnia 2009 r. w sprawie „Planu Rozwoju Bydgoszczy na lata 2009 - 2014”.

¹⁵ Jednym z celów strategicznych określonych w „Strategii Rozwoju Bydgoszczy do 2030 roku” był cel „Stworzenie warunków dla wszechstronnego rozwoju mieszkańców Bydgoszczy”. Wśród celów operacyjnych zawartych w ramach ww. celu strategicznego był cel „Skuteczna promocja miasta i jego walorów”.

¹⁶ W Strategii Rozwoju wskazano, iż wartość bazowa tego wskaźnika odnosząca się do 2002 r. wynosiła: 85.503 odwiedzających, w tym 12.677 turystów zagranicznych (na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego).

¹⁷ Program „Przystanek Bydgoszcz” powiązany był z dwoma priorytetowymi obszarami działań zdefiniowanymi w „Strategii Rozwoju Województwa Kujawsko - Pomorskiego na lata 2007 - 2020” (stanowiącej załącznik do uchwały nr XLI/586/05 Sejmiku Województwa Kujawsko - Pomorskiego z dnia 12 grudnia 2005 r.), tj. obszarem „Rozwój nowoczesnej gospodarki” oraz obszarem „Unowocześnienie struktury funkcjonalno - przestrzennej regionu. Jednocześnie program „Przystanek Bydgoszcz” służył realizacji dwóch celów strategicznych określonych w „Strategii Rozwoju Bydgoszczy do 2015 roku”, tj. celu „Stymulowanie rozwoju miasta jako ośrodka metropolitalnego o znaczeniu międzynarodowym, poprzez efektywne wykorzystanie i rozwój potencjałów: naukowego, kulturalnego, sportowego i turystycznego oraz partnerskie współdziałanie z samorządami miasta Torunia i gmin sąsiadujących” oraz celu „Wzmocnienie roli Bydgoszczy jako jednego z krajowych centrów usług”.

liczba imprez i wydarzeń promocyjnych; liczba uczestników imprez i wydarzeń promocyjnych; liczba udzielonych noclegów przez hotele, motele i pensjonaty; liczba imprez targowo - wystawienniczych.

Wśród projektów realizacyjnych w ramach programu „Przystanek Bydgoszcz” przewidziano m.in.:

- „Kampanie promocyjne mające na celu zmianę sposobu postrzegania miasta” (do realizacji w okresie 2009 – 2014). Dla projektu wyznaczono dwa główne cele: wizerunkowy (m.in. kreowanie i wzmocnienie wizerunku marki lub submarki miasta) oraz sprzedażowy (m.in. zainteresowanie ofertą i nakłonienie do korzystania z oferowanych usług). Zdefiniowano i określono wskaźnik produktu (odpowiadający rzeczowym efektom projektu), tj.: liczba przeprowadzonych projektów promocyjnych;
- „Bydgoski Festiwal Wodny *Ster na Bydgoszcz*” (przewidziany do realizacji w okresie 2009 - 2011, kontynuowany w latach 2012 - 2014). Dla projektu wyznaczono następujące cele: ogólny (promocja Bydgoszczy) oraz pozostałe (m.in. przekaz aspiracyjny: Bydgoszcz to największy ośrodek turystyki śródlądowej w Polsce, przekazanie wiedzy o Bydgoszczy jako bramie wodnej łączącej Zachód ze Wschodem, upowszechnienie wiedzy na temat drogi wodnej E-70). Zdefiniowano i określono dwa wskaźniki produktu: liczba podmiotów biorących udział w imprezie w danym roku; liczba osób odwiedzających imprezę w danym roku.

[dowód: akta kontroli str. 266-268, 307-357, 360-370]

W kontrolowanym okresie działania promocyjne Miasta oparte były także na dokumencie planistycznym pn. „Zamierzenia promocyjne Miasta Bydgoszczy w 2011 roku - szanse i perspektywy”, stosownie do którego strategia promocyjna Bydgoszczy w okresie 2012 - 2014 miała opierać się na trzech podstawowych filarach działalności:

1. promocji inwestycyjnej, której nadrzędnym celem miało być pozyskanie inwestorów i zwiększenie zatrudnienia na terenie miasta;
2. zwiększeniu intensyfikacji działań skierowanych na duże projekty, tematykę biznesową, w tym turystykę biznesową;
3. optymalnym wykorzystaniu dwóch najatrakcyjniejszych promocyjnie terenów miasta: Wyspy Młyńskiej i Leśnego Parku Kultury i Wypoczynku, poprzez lokowanie większości projektów promocyjnych w tych dwóch miejscach.

[dowód: akta kontroli str. 118-121, 268-269]

W ramach analizy potrzeb w zakresie działań promocyjnych w latach 2012 - 2013 na zlecenie Miasta przeprowadzono dwukrotnie „Badanie dotyczące potrzeb, postaw i opinii mieszkańców Bydgoszczy”. Wyniki tych badań wykazały adekwatność działań podejmowanych przez Urząd oraz zasadność ich kontynuacji. Jako mocne strony Miasta mieszkańcy wskazywali m.in. ofertę kulturalną oraz sportowo - rekreacyjną.

[dowód: akta kontroli str. 110, 111, 211-261, 272-273]

Ustalone
nieprawidłowości

Ocena częściowa

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność Urzędu w zbadanym zakresie.

2. Efekty działań promocyjnych

2.1. Wydatki Miasta Bydgoszczy na działalność promocyjną

Udział wydatków promocyjnych (w rozdziale 75075) w wydatkach ogółem Miasta w latach 2010 - 2013 przedstawiono poniżej.

Opis stanu
faktycznego

Tabela nr 1

(w tys. zł)

Rok	Plan wydatków ogółem ¹⁸	Wykonane wydatki ogółem	Plan wydatków w rozdziale 75075	Wykonanie wydatków ¹⁹ w rozdziale 75075	5/3 (w %)
1	2	3	4	5	6
2010	1.365.550,6	1.333.109,8	19.902,0	18.650,6	1,40
2011	1.436.736,4	1.419.013,1	17.267,8	16.438,7	1,16
2012	1.479.282,8	1.464.775,8	15.655,5	15.207,8	1,04
2013	1.485.411,1	1.459.744,9	21.233,1	20.969,7	1,44
Razem	5.766.980,9	5.676.643,6	74.058,4	71.266,8	1,26

[dowód: akta kontroli str. 11-14]

W latach 2011 - 2012 w stosunku do roku poprzedniego nastąpiło ograniczenie wydatków na promocję odpowiednio o 13,2% i 9,3%. W 2013 r. nastąpiło zwiększenie tych wydatków o 35,6% w stosunku do 2012 r.

Grażyna Ciemniak Zastępca Prezydenta wyjaśniła, że ograniczenie wydatków na promocję w latach 2011 - 2012 było spowodowane względami oszczędnościowymi. Jako przyczynę wzrostu wysokości planowanych wydatków na promocję w 2013 r. w stosunku do 2012 r. wskazała zwiększenie zakresu działań promocyjnych w ramach rozgrywek ligowych lokalnych drużyn sportowych w sezonie 2012/2013 oraz 2013/2014.

[dowód: akta kontroli str. 2114]

W kontrolowanym okresie wydatki promocyjne Miasta w ramach działu 750 „Administracja publiczna”, rozdziale 75075 „Promocja jednostek samorządu terytorialnego”, realizowane były przez następujące komórki organizacyjne Urzędu: WPST (później WPM), WKW, Wydział Organizacyjno – Administracyjny (WOA), Wydział Obsługi Urzędu (WOU), Zespół Obsługi Inwestora (ZOI).

Wysokość wydatków wykonanych przez ww. komórki organizacyjne w latach 2011 - 2013 w ramach rozdziału 75075 przedstawiała się następująco:

Tabela nr 2

(w tys. zł)

Wyszczególnienie:	2011	2012	2013
WPST/WPM	15.123,8	14.917,2	20.771,4
WKW	957,9	-	-
WOA	13,8	-	-
WOU	4,0	-	-
ZOI	339,2	290,6	198,3
Razem	16.438,7	15.207,8	20.969,7

[dowód: akta kontroli str. 15-24]

Największy udział w strukturze wydatków na promocję w rozdziale 75075 stanowiły:

- wydatki na promocję poprzez sport, tj. odpowiednio: 49% w 2011 r. (w tym 42% poprzez drużyny sportowe), 52% w 2012 r. (w tym 38% poprzez drużyny sportowe), 71% w 2013 r. (w tym 61% poprzez drużyny sportowe);
- wydatki na promocję poprzez wsparcie wydarzeń kulturalnych, tj. odpowiednio: 39% w 2011 r. (w tym 20% na organizację XIX edycji Międzynarodowego Festiwalu Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych Plus Camerimage), 25% w 2012 r. (w tym 17% na

¹⁸ Według uchwał Rady Miasta Bydgoszczy (po zmianach).¹⁹ Bez wydatków niewygasających.

organizację XX edycji ww. festiwalu), 13% w 2013 r. (w tym 12% na organizację XXI edycji ww. festiwalu).

W latach 2012 - 2013 istotny udział w strukturze ww. wydatków w rozdziale 75075 stanowiły także wydatki na promocję poprzez lotnicze połączenia międzynarodowe z lotniska w Bydgoszczy²⁰, tj. odpowiednio: 11% w 2012 r. i 8% w 2013 r.

[dowód: akta kontroli str. 44-51, 2101-2103, 2168]

Spośród projektów promujących Miasto dwa realizowane były z udziałem środków zewnętrznych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko - Pomorskiego na lata 2007 - 2013, tj.: w 2012 r. projekt „Bydgoszcz na Międzynarodowych Targach” dofinansowano środkami w wysokości 45,4 tys. zł (28,3% wydatków ogółem na projekt) oraz w 2013 r. projekt „Bydgoski Węzeł Wodny” dofinansowano środkami w wysokości 3,8 tys. zł (58,6% wydatków ogółem na projekt).

[dowód: akta kontroli str. 47, 50]

W kontrolowanym okresie w rozdziale 75075 § 4420 „Podróże służbowe zagraniczne” wydatki powyżej 10 tys. zł nie wystąpiły.

[dowód: akta kontroli str. 5, 10-12, 44-51]

Analiza 144 wydatków²¹ zrealizowanych w latach 2011 - 2013 w rozdziale 75075 w § 4300 „Zakup usług pozostałych” oraz § 4210 „Zakup materiałów i wyposażenia” wykazała, iż były one ewidencjonowane z zastosowaniem prawidłowej klasyfikacji budżetowej, na co wskazywał m.in. rodzaj i charakter zadań, których dotyczyły te wydatki. Na dowodach księgowych dotyczących tych wydatków każdorazowo zamieszczono adnotacje potwierdzające: przeprowadzenie kontroli merytorycznej, w tym wykonanie usługi zgodnie z zawartą umową; przeprowadzenie kontroli formalno - rachunkowej; zatwierdzenie dowodu księgowego do realizacji przez osoby upoważnione. Ustalono, iż w ww. zakresie Urząd terminowo regulował swoje zobowiązania wobec kontrahentów.

[dowód: akta kontroli str. 10, 1574-1586, 1893-1925, 1956-1977, 2036, 2046, 2060-2065]

W latach 2011 - 2013 Urząd nie udzielał dotacji w ramach rozdziału 75075.

[dowód: akta kontroli str. 5, 10]

Ustalone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

2.2. Skuteczność, wydajność i efektywność działań promocyjnych

Opis stanu
faktycznego

Według danych Urzędu w latach 2011 - 2013 odnotowano wzrost wartości wskaźników produktu dla projektów ujętych w programie „Przystanek Bydgoszcz”, wdrażanym w ramach Planu Rozwoju.

²⁰ Miasto Bydgoszcz (wspólnie z Miastem Toruniem) było partnerem porozumienia zawartego w dniu 29 września 2011 r. z Województwem Kujawsko - Pomorskim (liderem porozumienia) w przedmiocie określenia zasad współpracy w celu przeprowadzenia wspólnego postępowania przetargowego i udzielenia zamówienia na działania promocyjne prowadzone w związku z międzynarodowymi połączeniami lotniczymi realizowanymi z portu lotniczego w Bydgoszczy w latach 2011 - 2014. Do przeprowadzenia i udzielenia tego zamówienia publicznego partnerzy upoważnili lidera (§ 5 ust. 1 porozumienia). Limit wydatków dla Miasta Bydgoszczy na realizację powyższego zamówienia w poszczególnych latach przedstawiał się następująco: 800.000 zł w 2011 r., 1.575.000 zł w 2012 r., 1.575.000 zł w 2013 r. i 4.650.000 zł w 2014 r. (§ 4 ust. 4 porozumienia).

²¹ Odpowiednio: 45 wydatków poniesionych w 2011 r. na kwotę 8.417,6 tys. zł (51,2% łącznej kwoty wykonanych wydatków w rozdziale 75075 pomniejszonej o wydatki niewygasające); 43 wydatków poniesionych w 2012 r. na kwotę 5.669,1 tys. zł (37,3% łącznej kwoty wykonanych wydatków w rozdziale 75075 pomniejszonej o wydatki niewygasające); 56 wydatków poniesionych w 2013 r. na kwotę 14.241,0 tys. zł (67,9% łącznej kwoty wykonanych wydatków w rozdziale 75075 pomniejszonej o wydatki niewygasające).

Tabela nr 3

L.p.	Projekt / wskaźnik produktu	Osiągnięte wartości według stanu na dzień			
		31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013
1.	Kampanie promocyjne mające na celu zmianę sposobu postrzegania Miasta: - liczba przeprowadzonych projektów	6	6	8	10
2.	Bydgoski Festiwal Wodny „Ster na Bydgoszcz”: - liczba podmiotów biorących udział w danym roku; - liczba uczestników	40 15 tys. os.	43 18 tys. os.	45 20 tys.	53 23 tys.

[dowód: akta kontroli str. 1981]

Według danych Urzędu w latach 2011 - 2013 odnotowano także wzrost wartości osiągniętych wskaźników rezultatu zdefiniowanych dla programu „Przystanek Bydgoszcz”.

Tabela nr 4

L.p.	Wskaźniki rezultatu	Osiągnięte wartości wg stanu na dzień			
		31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	31.12.2013
1.	Liczba imprez i wydarzeń promocyjnych	34	38	47	50
2.	Liczba uczestników imprez i wydarzeń promocyjnych ²²	-	30 tys.	35 tys.	52 tys.
3.	Liczba udzielonych noclegów przez hotele, motele i pensjonaty	228 918	241 977	246 383	brak danych w Bazie Danych Lokalnych GUS
4.	Liczba imprez targowo – wystawienniczych	4	7	12	13

[dowód: akta kontroli str. 1980]

Odnosząc się do skuteczności bezpośredniego oddziaływania prowadzonych kampanii promocyjnych Izabela Szczesik - Zobek Dyrektorka Wydziału Rozwoju i Strategii Miasta (WRS), zwana dalej „Dyrektorem WRS”, wyjaśniła, że mają one charakter długofalowy i ich rezultaty można oceniać dopiero w dłuższej perspektywie czasu. Wskazała także, iż pośrednio o korzystnym oddziaływaniu akcji promocyjno - wizerunkowych na rozwój Miasta świadczyć mogą dane dotyczące sytuacji społeczno - gospodarczej Bydgoszczy, m.in. wzrost produkcji przemysłowej kilku branż: spożywczej, elektro - mechanicznej i odzieżowo - tekstylnej oraz rosnąca liczba pasażerów bydgoskiego lotniska. W kwestii skuteczności działań promocyjnych poprzez organizację festiwalu „Ster na Bydgoszcz” Dyrektorka WRS wskazała, iż o zrealizowaniu nakreślonego celu promocyjnego świadczą kolejne edycje oraz rosnąca popularność tej imprezy.

[dowód: akta kontroli str. 1980-1982]

²² Dane na koniec 31.12.2010 r. pominięto z uwagi na odmienny sposób wyliczenia wartości bazowej wskaźnika.

Analiza 27 zadań promujących Miasto w latach 2011 - 2013²³ o łącznej wartości 31.372,1 tys. zł wykazała, iż wynikały one z celów strategicznych zapisanych w Strategii Rozwoju i miały określony cel promocyjny, tj.:

- zadania polegające na promocji poprzez drużyny lokalnych klubów sportowych stanowiły m.in. realizację celu: „Wypracowanie marki miasta jednoznacznie kojarzącej się z Bydgoszczą”. Zakładanym celem promocyjnym było kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Sportu”;
- zadania polegające na promocji poprzez organizację imprez sportowych stanowiły realizację celu „Wspieranie finansowe imprez sportowych i rekreacyjnych o randze krajowej i międzynarodowej”. Zakładanym celem promocyjnym było kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Sportu”, gospodarza największych imprez sportowych na arenie krajowej i międzynarodowej;
- zadania polegające na promocji poprzez organizację wydarzeń kulturalnych stanowiły realizację celów: „Rozwijanie współpracy międzynarodowej w dziedzinie kultury” oraz „Organizacja kampanii promocyjnej z wszechstronnym wykorzystaniem mediów na rzecz zwiększenia zainteresowania miastem”. Zakładano następujące cele promocyjne: kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako gospodarza dużych wydarzeń o charakterze międzynarodowym; kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Muzyki” na arenie ogólnopolskiej;
- zadanie polegające na promocji poprzez organizację kampanii biznesowej stanowiło realizację celu „Wypracowanie marki miasta jednoznacznie kojarzącej się z Bydgoszczą”. Zakładanym celem promocyjnym była promocja Bydgoszczy jako miasta przyjaznego dla funkcjonowania i rozwijania biznesu;
- zadania polegające na promocji poprzez miejskie przedsięwzięcia promocyjne stanowiły realizację celów: „Wypracowanie marki miasta jednoznacznie kojarzącej się z Bydgoszczą” oraz „Wspieranie finansowe imprez sportowych i rekreacyjnych o randze krajowej i międzynarodowej”. Zakładano następujące cele promocyjne: kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Muzyki” na arenie ogólnopolskiej, kształtowanie wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Sportu”, kształtowanie wizerunku miasta otwartego na potrzeby mieszkańców.

[dowód: akta kontroli str. 2033-2034, 2047-2049, 2164, 2166, 2169]

²³ W ramach promocji poprzez sport: [1-3] Promocja Miasta poprzez drużynę siatkówki mężczyzn pn. „Delecta Bydgoszcz” (później „Transfer Bydgoszcz”) - w latach 2011, 2012 i 2013 (o wartości odpowiednio: 1.000 tys. zł, 469 tys. zł, 3.035 tys. zł); [4-6] Promocja Miasta poprzez drużynę siatkówki kobiet pn. „GCB Centrostal Bydgoszcz” (później „KS Pałac Bydgoszcz”) - w latach 2011, 2012 i 2013 (o wartości odpowiednio: 1.000 tys. zł, 800 tys. zł, 1.295 tys. zł); [7-9] Promocja Miasta poprzez drużynę koszykówki kobiet pn. „Artego Bydgoszcz” - w latach 2011, 2012 i 2013 (o wartości odpowiednio: 810 tys. zł, 850 tys. zł, 682,5 tys. zł); [10-12] Promocja Miasta poprzez drużynę żużlową pn. „Polonia Bydgoszcz” - w latach 2011, 2012 i 2013 (o wartości odpowiednio: 600 tys. zł, 300 tys. zł i 3.500 tys. zł); [13] Promocja Miasta poprzez drużynę piłkarską seniorów pn. „WKS Zawisza Bydgoszcz” - podczas rundy jesiennej 2013 r. (o wartości 1.574,5 tys. zł); W ramach promocji poprzez imprezy sportowe: [14] Promocja Miasta w latach 2011 - 2014 w związku z organizacją Mistrzostw Świata w Piłce Siatkowej Mężczyzn w Polsce w 2014 r. (8 meczów drugiej rundy w Bydgoszczy) - umowa wieloletnia (o wartości 3.000 tys. zł); [15] Promocja Miasta w ramach organizacji Mistrzostw Świata w Biegach Przełajowych w Bydgoszczy w dniu 24 marca 2013 r. (o wartości 500 tys. zł); W ramach promocji poprzez wydarzenia kulturalne: [16] Organizacja w Bydgoszczy w 2011 r. Międzynarodowego Festiwalu Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych „Plus Camerimage” (o wartości 2.500 tys. zł); [17] Organizacja w Bydgoszczy w latach 2012 - 2014 Międzynarodowego Festiwalu Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych „Plus Camerimage” - umowa wieloletnia (o wartości 7.500 tys. zł, w tym 2.500 tys. zł rocznie); [18] Promocja Miasta w ramach organizacji Festiwalu ART POP Złote Przeboje - Bydgoszcz 2011 (o wartości 1.500 tys. zł); [19] Organizacja Festiwalu Twórczości Niezapomnianych Artystów Polskich „Pejzaż bez Ciebie - Irena Jarocka” w 2012 r. (o wartości 180 tys. zł); [20] Promocja Miasta w ramach organizacji XVIII Bydgoskiego Festiwalu Operowego w 2011 r. (o wartości 52 tys. zł); [21] Promocja Miasta podczas kampanii reklamowej promującej wydanie płyty DVD opery „Manru” w nagraniu Opery Nova w Bydgoszczy w 2011 r. (o wartości 20 tys. zł); W ramach promocji poprzez kampanie: [22] Kampania biznesowa realizowana w 2013 r. 1+1=3 „Razem możemy więcej” (o wartości 74,1 tys. zł); W ramach promocji poprzez miejskie przedsięwzięcia promocyjne: [23] Promocja Miasta podczas Festiwalu Aktywności Kobiet „Babie Lato” na terenie LPKIW „Myślęcinek” w 2013 r. (o wartości 20 tys. zł); [24] Promocja Miasta podczas organizacji imprezy pn. „WATER SHOW 2013” w Bydgoszczy (o wartości 20 tys. zł); [25] Promocja Miasta w ramach organizacji plenerowego przedsięwzięcia kulinarno - rozrywkowego pn. „Święto Ryby” na Wyspie Młyńskiej w Bydgoszczy w 2013 r. (o wartości 50 tys. zł); [26] organizacji plenerowego przedsięwzięcia rozrywkowego pn. „Bydgoski Festiwal Gospel” na Wyspie Młyńskiej w Bydgoszczy oraz w Katedrze Bydgoskiej w 2013 r. (o wartości 10 tys. zł); [27] Promocja Miasta podczas organizacji koncertu pn. „Muzyka na wodzie” w amfiteatrze Opery Nova w Bydgoszczy w 2013 r. (o wartości 30 tys. zł).

Skuteczności ww. zadań promocyjnych sprzyjały:

- w przypadku promocji poprzez drużyny sportowe „Delecta Bydgoszcz” (później „Transfer Bydgoszcz”), „KS Pałac Bydgoszcz”, „Artego Bydgoszcz”, „Polonia Bydgoszcz”, „WKS Zawisza Bydgoszcz” m.in. duża liczba uczestników meczów (od 350 do 7000 widzów) oraz wysoka oglądalność transmisji telewizyjnych (poprzez stacje Polsat Sport, TVP Sport, iTVP, TVP Bydgoszcz). Wartość ekspozycji marki Bydgoszcz podczas rozgrywek w siatkarskiej ekstraklasie Plus Lidze w 2013 r. wyniosła 4.960,2 tys. zł²⁴;
- w przypadku promocji poprzez organizację w Bydgoszczy Mistrzostw Świata w Biegach Przelajowych m.in. występ ponad 500 najlepszych biegaczy świata oraz fakt, iż wydarzenie było transmitowane do kilkudziesięciu krajów świata;
- w przypadku organizacji w Bydgoszczy XIX, XX i XXI edycji Międzynarodowego Festiwalu Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych „Plus Camerimage” m.in. kilka tysięcy gości z całego świata (w tym dziennikarzy, studentów i twórców filmowych), kilkutyśieczny udział w wydarzeniu mieszkańców Bydgoszczy, ilość publikacji w mediach ogólnopolskich i międzynarodowych (m.in. w prasie: 42 w 2011 r., 36 w 2012 r., 32 w 2013 r.);
- w przypadku promocji poprzez organizację w Bydgoszczy VIII Festiwalu Niezapomnianych Artystów Polskich „Pejzaż bez Ciebie” m.in. retransmisja koncertu na antenie ogólnopolskiej TVP1 oraz powtórki na kanale TVP Polonia (oglądalność na poziomie ok. 3 mln widzów);
- w przypadku promocji poprzez organizację w Bydgoszczy XVIII Bydgoskiego Festiwalu Operowego m.in. duży prestiż i tradycja festiwalu, reklama ogólnopolska w 14 miastach na 80 nośnikach outdoorowych oraz reklama w prasie regionalnej i ogólnopolskiej, około 6800 widzów podczas całego festiwalu;
- w przypadku promocji poprzez organizację w Bydgoszczy I edycji festiwalu „ART POP Złote Przeboje - Bydgoszcz 2011” m.in. obecność festiwalu na antenie TVP;
- w przypadku organizacji w 2013 r. kampanii biznesowej „Razem Możemy Więcej” promującej odnoszące sukcesy firmy działające w Bydgoszczy m.in. duże zainteresowanie lokalnego biznesu (wg dokumentacji zdjęciowej wykonawcy w kampanii wzięło udział 13 firm), lokalnych mediów oraz wykreowanie marki Bydgoszczy jako ośrodka dbającego o pozytywne relacje z biznesem²⁵;
- w przypadku promocji w ramach kampanii reklamowej płyty DVD opery „Manru” w nagraniu Opery Nova w Bydgoszczy m.in. sprzedaż ok. 600 sztuk płyt z nakładu 1000 egzemplarzy, przekazanie części płyt do europejskich jednostek kulturalnych oraz reklama zewnętrzna na 70 billboardach w Polsce;
- w przypadku promocji poprzez miejskie przedsięwzięcia promocyjne m.in. duża frekwencja (np. „Bydgoski Festiwal Gospel” - 4 tys. osób, Festiwal „Babie Lato” - kilkanaście tys. osób, „Święto Ryby” - 60 tys. osób), udział zawodników z całej Polski w imprezie „WATER SHOW 2013”, informacje o imprezach ukazujące się w prasie, internetowych serwisach informacyjnych i społecznościowych.

[dowód: akta kontroli str. 1306, 1441, 1442, 1527, 1528, 1552, 1553, 2044, 2047-2049, 2060, 2169]

Urząd nie przeprowadził badań efektywności usług promocyjnych świadczonych w ramach ww. zadań promujących Miasto.

²⁴ Według badań przeprowadzonych na zlecenie Plus Ligi określających wartości medialne świadczonych usług reklamowych dla sponsorów.

²⁵ Oficjalny portal internetowy Bydgoszczy: http://www.bydgoszcz.pl/miasto/aktualnosci/aktualnosci-2013-wrzesien/1_1_3_czyli_razem_mo_emy_wi_cej.aspx, data publikacji 16 września 2013 r.

Dyrektor WPST wyjaśniła m.in., że efektywność usług promocyjnych nie jest do końca mierzalna, jej zbadanie wymaga dłuższej perspektywy czasu, znacznych nakładów finansowych oraz zaangażowania wyspecjalizowanej agencji badawczej. Wskazała, iż samorządów nie stać na przeprowadzenie takich badań. Dyrektor WPST podała także, że realizacja działań promocyjnych, jako zadanie własne gminy, ma służyć zaspokajaniu potrzeb zbiorowych wspólnot lokalnych, a przeprowadzone w latach 2012 - 2013 „Badanie dotyczące potrzeb, postaw i opinii mieszkańców Bydgoszczy” daje podstawy do stwierdzenia, iż długofalowa polityka promocyjna Miasta jest zauważalna i w większości zaspokaja potrzeby mieszkańców.

[dowód: akta kontroli str. 2033, 2042, 2043]

Prezydent wskazał, iż o efektywności działań promocyjnych świadczy aktywne funkcjonowanie kanałów budujących relacje z odbiorcami, tj. mediów społecznościowych, m.in. poprzez aplikację na portalu Facebook (blisko 39.500 „polubień” wg stanu na 1 kwietnia 2014 r.) i poprzez portal miejski www.bydgoszcz.pl. Prezydent wyjaśnił, iż w jego ocenie zakładany cel promocyjny działań realizowanych przez Miasto został zrealizowany. Wskazał na wyniki badań, według których: co drugi mieszkaniec Bydgoszczy czuł się dobrze poinformowany o wydarzeniach kulturalnych i imprezach w mieście, odsetek osób dobrze poinformowanych w okresie od listopada 2012 r. do grudnia 2013 r. wzrósł o 11%, liczba mieszkańców wskazujących na poprawę jakości imprez organizowanych przez Miasto wzrosła o 13%. Podał także, iż środki przeznaczone na promocję poprzez rozgrywki ligowe klubów bydgoskich oraz organizację imprez sportowych w Bydgoszczy dały efekt w postaci wzmocnienia „sportowego” wizerunku Bydgoszczy. Powołał się na wyniki ww. badań, z których wynikało, iż 68% respondentów wskazało na sportowy charakter miasta, oraz że bydgoskie drużyny sportowe są dobrą marką promocyjną dla miasta. Ponadto Prezydent wskazał, że promocja nie jest celem samym w sobie i z punktu widzenia władz miasta jest narzędziem wspierającym realizację celów rozwojowych, tj. spadku bezrobocia, wzrostu dochodów budżetu gminy, wzrostu liczby turystów, itp.

[dowód: akta kontroli str. 1989-1990]

Ustalono
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

Ocena cząstkowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie działalność Urzędu w zbadanym zakresie.

3. Prawidłowość zlecania podmiotom zewnętrznym zadań (usług) w zakresie promocji na rzecz Miasta Bydgoszczy

3.1. Udzielanie zamówień publicznych

Opis stanu
faktycznego

W kontrolowanym okresie Miasto przeprowadziło łącznie 52 postępowania o udzielenie zamówień publicznych dotyczących usług promocyjnych na rzecz Miasta - wszystkie w trybie z wolnej ręki. Łączna wartość zamówień udzielonych w wyniku tych postępowań wyniosła 42.873,4 tys. zł.

[dowód: akta kontroli str. 522-544, 2165]

Analizą objęto 24 zamówienia publiczne²⁶ na usługi promocyjne o łącznej wartości 31.096 tys. zł udzielone w związku z realizacją 19 zadań promujących Miasto

²⁶ Dobór próby badawczej zamówień publicznych był celowy z uwzględnieniem wartościowego udziału zadania w strukturze wydatków na promocję w danym roku.

(72,5% wartości wszystkich zamówień w tym zakresie). W uzasadnieniu udzielenia ww. zamówień w trybie z wolnej ręki wskazywano następujące przesłanki:

- w 18 przypadkach promocji poprzez drużyny sportowe²⁷ oraz w jednym przypadku promocji poprzez międzynarodową imprezę sportową²⁸ - określone w art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp;
- w jednym przypadku promocji poprzez międzynarodową imprezę sportową²⁹ - określone art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. b uPzp;
- w czterech przypadkach promocji poprzez wydarzenia kulturalne³⁰ - określone w art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. b i c uPzp.

[dowód: akta kontroli str. 545-552, 2164]

W wyniku badania ww. zamówień publicznych stwierdzono m.in., iż w każdym przypadku:

- osoby wykonujące czynności w postępowaniach o udzielenie zamówień składały oświadczenia w trybie art. 17 ust. 2 uPzp;
- postępowanie było udokumentowane pisemnym protokołem;
- ogłoszenie o zamiarze zawarcia umowy przekazywano do Biuletynu Zamówień Publicznych (BZP), a w uzasadnionych przypadkach Urzędowi Publikacji Unii Europejskiej (UPUE);
- terminowo zawiadamiano Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych o wszczęciu postępowań o wartości równej lub przekraczającej kwoty określone w przepisach wydanych na podstawie art. 11 ust. 8 uPzp;
- przekazywano zaproszenia do negocjacji wraz z informacjami niezbędnymi do przeprowadzenia postępowań;
- od wykonawców egzekwowano złożenie oświadczeń o spełnianiu warunków udziału w postępowaniu oraz dokumentów potwierdzających spełnianie tych warunków; niezwłocznie przekazywano ogłoszenie o udzieleniu zamówienia do BZP, a w uzasadnionych przypadkach UPUE.

Realizacja działań promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy była każdorazowo udokumentowana sprawozdaniami wykonawców. Analiza tych sprawozdań

²⁷ [1-4] Cztery zamówienia na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w Plus Lidze w oparciu o zespół siatkarki pn. „Delecta Bydgoszcz” odpowiednio: w 2011 r. (o wartości 1.000 tys. zł), w 2012 r. podczas sezonu 2011/2012 (o wartości 246 tys. zł), w 2012 r. podczas sezonu 2012/2013 (o wartości 223 tys. zł), w 2013 r. podczas sezonu 2012/2013 (o wartości 1.650 tys. zł); [5] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w Plus Lidze w oparciu o zespół siatkarki pn. „Transfer Bydgoszcz” w 2013 r. podczas rundy jesiennej 2013/2014 (o wartości 1.385 tys. zł); [6] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w Plus Lidze Kobiet w oparciu o zespół siatkarek pn. „GCB Centrostal Bydgoszcz” w 2011 r. (o wartości 1.000 tys. zł); [7-9] Trzy zamówienia na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w Orlen Lidze Kobiet w oparciu o zespół siatkarek pn. „KS Pałac Bydgoszcz” odpowiednio: w 2012 r. (o wartości 800 tys. zł), w I półroczu 2013 r. (o wartości 700 tys. zł), w 2013 r. w rundzie jesiennej 2013/2014 (o wartości 595 tys. zł); [10-14] Pięć zamówień na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w Ekstraklasie Polskiej Ligi Koszykówki Kobiet w oparciu o zespół koszykarek pn. „Artego Bydgoszcz” odpowiednio: w 2011 r. podczas sezonu 2010/2011 (o wartości 500 tys. zł), w 2011 r. podczas sezonu 2011/2012 (o wartości 310 tys. zł), w 2012 r. podczas sezonu 2011/2012 i 2012/2013 (o wartości 850 tys. zł), w 2013 r. podczas sezonu 2012/2013 (o wartości 350 tys. zł), w 2013 r. podczas sezonu 2013/2014 (o wartości 332,5 tys. zł); [15] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w trakcie sezonu żużlowego w I ligi w 2011 r. w oparciu o drużynę pn. „Polonia Bydgoszcz” (o wartości 600 tys. zł); [16-17] Dwa zamówienia na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w ENEA Ekstralidze w oparciu o drużynę pn. „Polonia Bydgoszcz” podczas rozgrywek odpowiednio: w 2012 r. (o wartości 300 tys. zł), w 2013 r. (o wartości 3.500 tys. zł); [18] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w T-Mobile Ekstraklasie w oparciu o drużynę piłkarską seniorów „WKS Zawisza Bydgoszcz S.A.” w 2013 r. podczas rundy jesiennej 2013/2014 (o wartości 1.574,5 tys. zł).

²⁸ [19] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji Mistrzostw Świata w Biegach Przelajowych, które odbędą się w dniu 24 marca 2013 r. w Bydgoszczy (o wartości 500 tys. zł).

²⁹ [20] Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w latach 2011 - 2014 w związku z organizacją Mistrzostw Świata Mężczyzn w Piłce Siatkowej odbywających się w Polsce w 2014 r. (o wartości 3.000 tys. zł).

³⁰ [21] Organizacja w Bydgoszczy autorskiej imprezy artystycznej pod nazwą: Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych *Plus Camerimage* (o wartości 2.500 tys. zł); [22] Organizacja w Bydgoszczy autorskiej imprezy artystycznej pod nazwą: Międzynarodowy Festiwal Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych *Plus Camerimage* w latach 2012 - 2014 (o wartości 7.500 tys. zł); [23] Wykonanie usług promocyjnych podczas kampanii promocyjnej w związku z organizowanym autorskim przedsięwzięciem o nazwie ART. POP FESTIVAL Złote Przeboje - Bydgoszcz 2011 (o wartości 1.500 tys. zł); [24] Organizacja autorskiej imprezy kulturalnej pn. Festiwal Niezapomnianych Artystów Polskich *Pejzaż bez Ciebie* - Irena Jarocka w dniach 27 - 28 października 2012 r. w Bydgoszczy (o wartości 180 tys. zł).

wykazała wykonanie przedmiotu zawartych umów, z wyjątkiem jednego przypadku przedstawionego poniżej w części dotyczącej stwierdzonych nieprawidłowości.

[dowód: akta kontroli str. 591-593, 644-648, 710-712, 750, 752-755, 828-831, 873-875, 903-905, 923-925, 957-959, 978-980, 1070-1072, 1090-1092, 1109-1111, 1127-1129, 1175-1177, 1197-1199, 1216-1219, 1261-1264, 1302-1306, 1380-1382, 1399-1402, 1473-1477, 1623-1626, 1659-1661]

W 13 z 24 zamówień publicznych udzielonych w trybie z wolnej ręki stwierdzono, iż ustalona w umowie kwota wynagrodzenia za usługi promocyjne stanowiła równowartość kwoty, jaką Miasto zamierzało przeznaczyć na sfinansowanie zamówienia, natomiast w 4 przypadkach wynegocjowana kwota wynagrodzenia była równa kwocie wynikającej z pisma wykonawcy z ofertą współpracy.

Według wyjaśnień pracowników Urzędu, którzy brali udział w negocjacjach prowadzonych w ramach postępowań o udzielenie ww. zamówień, w 16 przypadkach wykonawcy zmierzali do podniesienia wynagrodzenia za realizację zamówienia w pełnym zakresie rzeczowym bądź do zmniejszenia zakresu rzeczowego i utrzymania ceny na danym poziomie. Ostatecznie jednak wykonawcy zaakceptowali warunki Miasta i potwierdzili wykonanie pełnego zakresu zamówienia za daną cenę. Według tych wyjaśnień w jednym przypadku w wyniku negocjacji ustalono, iż wypłata części wynagrodzenia za działania promocyjne objęte umową będzie uzależniona od udziału w fazie rozgrywek mającej na celu wyłonienie drużyny mistrzowskiej (tzw. fazy play-off).

[dowód: akta kontroli str. 613, 618, 662, 664-665, 726, 728, 893, 899, 919, 921-922, 942, 946, 973-974, 995, 998, 1116-1117, 1130-1131, 1192, 1196, 1214-1215, 1234-1235, 1257, 1265, 1271, 1310-1311, 1318, 2026-2032, 2086-2092, 2096]

W przypadku 3³¹ spośród 24 zamówień publicznych na usługi promocyjne, udzielonych w trybie z wolnej ręki, w zaproszeniach do negocjacji zobowiązano wykonawcę do przedłożenia dokumentów potwierdzających przesłanki zastosowania przy udzielaniu zamówienia tego trybu, pomimo jego wcześniejszego zatwierdzenia.

Według wyjaśnień sekretarza komisji przetargowych powołanych do udzielenia ww. zamówień, w pierwszym przypadku żądanie dokumentu było uzasadnione koniecznością potwierdzenia, iż wykonawca posiadał status oficjalnego organizatora międzynarodowej imprezy sportowej, natomiast w pozostałych dwóch przypadkach żądanie tych dokumentów było czynnością zbędną.

[dowód: akta kontroli str. 947-948, 1251-1252, 1312-1313, 2079-2085]

W 3 spośród 24 umów o udzielenie zamówienia publicznego objętych badaniem o łącznej wartości 1.600 tys. zł³² nie przewidziano kar umownych w przypadku niewywiązania się wykonawcy z umowy lub wadliwego jej wykonania.

Według wyjaśnień Dyrektor WPST w ww. przypadkach uznano, iż wystarczającą karą finansową dla wykonawcy będzie zapłata jedynie za te elementy promocji, które zostały przez niego zrealizowane w terminie. Dyrektor WPST wskazała także,

³¹ Dotyczyło to: [1] Polskiego Związku Piłki Siatkowej - wykonawcy zamówienia na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta w latach 2011 - 2014 w związku z organizacją Mistrzostw Świata Mężczyzn w Piłce Siatkowej odbywających się w Polsce w 2014 r.; [2] Żużlowego Klubu Sportowego „Polonia Bydgoszcz” – wykonawcy zamówienia na wykonanie usług promocyjnych, czyli aktywnego marketingu w administracji przez sport na rzecz Miasta w oparciu o drużynę Polonia Bydgoszcz w ramach rozgrywek ENEA Ekstraligi w 2013 r.; [3] Klubu Sportowego „Palac” – wykonawcy zamówienia na wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta w I półroczu 2013 r. w oparciu o zespół siatkarów występujący w najwyższej krajowej klasie rozgrywek Orlen Lidze pod nazwą „PALAC Bydgoszcz”.

³² Umowy: [1] nr WPM.IV.272/2/11 zawartej w dniu 31 stycznia 2011 r. z Klubem Sportowym „Basket25” z siedzibą w Bydgoszczy (wartość umowy 500 tys. zł); [2] nr WPST-II.272.9.2011 zawartej w dniu 10 maja 2011 r. z Żużlowym Klubem Sportowym „Polonia Bydgoszcz” S.A. z siedzibą w Bydgoszczy (wartość umowy 600 tys. zł); [3] nr WPST-II.272.3.2013 zawartej w dniu 4 lutego 2013 r. z Kujawsko – Pomorskim Związkiem Lekkiej Atletyki z siedzibą w Bydgoszczy (wartość umowy 500 tys. zł).

iż w przypadku niewywiązywania się przez wykonawcę z zapisów umowy przewidziana była możliwość odstąpienia od umowy w trybie natychmiastowym.

[dowód: akta kontroli str. 981-984, 1178-1180, 1395-1398, 2066-2067]

Ustalone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie stwierdzono następujące nieprawidłowości:

1. W przypadku 18 postępowań, w wyniku których Urząd udzielił zamówień publicznych na promocję Miasta poprzez drużyny sportowe na łączną kwotę 15.916 tys. zł (wskazanych w przypisie nr 27) nie wystąpiły przesłanki zastosowania trybu z wolnej ręki, na które powołał się Zamawiający, tj. możliwość świadczenia usługi tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze, o których mowa w art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp.

[dowód: akta kontroli str. 545-552, 595-596, 649-650, 713-714, 756-758, 832-833, 879-880, 906-907, 926-927, 960-961, 985-986, 1073-1074, 1100-1101, 1118-1119, 1131-1133, 1181-1182, 1204-1205, 1220-1221, 1274-1275, 2164]

Elżbieta Michalska Dyrektor Wydziału Zamówień Publicznych Urzędu, odpowiedzialna za zatwierdzenie trybu z wolnej ręki dla ww. postępowań wyjaśniła m.in., że:

- Miasto chcąc promować się poprzez sport w oparciu o drużyny sportowe prezentujące określony wysoki poziom gry (I liga, ekstraklasa) brało pod uwagę najlepszą potencjalną skuteczność i efekty tych działań, gdyż drużyny te zapewniały określony wskaźnik oglądalności i w największym stopniu były identyfikowane z Miastem;
- w przypadku promocji Miasta w oparciu o drużyny sportowe mamy do czynienia ze szczególnym rodzajem usług promocyjnych, które mogą być świadczone wyłącznie przez konkretne kluby sportowe dysponujące takimi drużynami sportowymi, przez co należy te kluby traktować jako monopolistów. Usługi promocyjne na rzecz Miasta poprzez drużyny sportowe określonego szczebla rozgrywek nie mają charakteru powszechnego. Zgodnie ze stanowiskiem Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych (UZP) mamy w tym przypadku do czynienia ze względami technicznymi mającymi charakter nieprzezwycięzalny;
- poza konkretnymi klubami sportowymi na rynku nie ma innych podmiotów dysponujących lokalnymi drużynami sportowymi, w oparciu o które mogłyby one promować Miasto. Inny podmiot działający na rynku usług promocyjnych, nie dysponujący własną I ligową drużyną sportową musiałby ostatecznie podzlecić wykonanie takich usług właśnie temu konkretnemu klubowi sportowemu stąd zlecenie tego typu usług promocyjnych innemu podmiotowi nie miałyby sensu;
- zlecenie usługi promocji Miasta poprzez sport klubowi sportowemu spoza Miasta byłoby wbrew jakiegokolwiek logice, gdyż kluby sportowe identyfikują się z konkretną publicznością, konkretnym miejscem, z którego pochodzą;
- w latach 2011 - 2013 każdorazowo w przypadku tzw. zamówień ponadprogowych Urząd zawiadamiał Prezesa UZP o wszczęciu postępowania o udzielenie zamówienia na świadczenie usług promocyjnych na rzecz Miasta. Pomimo tego Prezes UZP nie wszczął kontroli w zakresie prawidłowości zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki przy udzielaniu tych zamówień na podstawie przesłanek wskazanych w art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp. Prezes UZP nie występował do Miasta o jakiegokolwiek wyjaśnienia oraz informacje dotyczące tych postępowań, co może sugerować, iż nie widział takiej potrzeby;
- w ramach wszystkich postępowań o udzielenie zamówienia na usługi promujące Miasto informowało inne podmioty działające na rynku usług promocyjnych o zastosowaniu trybu zamówienia z wolnej ręki przy udzielaniu zamówienia na

usługi promocyjne, poprzez publikowanie fakultatywnych ogłoszeń o zamiarze zawarcia umowy, o których mowa w art. 66 ust. 2 uPzp. Po opublikowaniu tych ogłoszeń w latach 2011 - 2013 nie było przypadków zgłoszenia przez podmioty działające na rynku usług promocyjnych zastrzeżeń co do zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie usług promocyjnych.

[dowód: akta kontroli str. 205-210, 469-484, 553-560]

Prezydent wyjaśnił m.in., że głównym czynnikiem branym pod uwagę przy wyborze wykonawców tych usług była zdolność wykonawcy do osiągnięcia zamierzonego efektu poprzez wykazanie więzi łączących go z Miastem. Wskazał, iż specyfika zamówień na tego typu usługi zawęża możliwość wyboru wykonawcy do konkretnego klubu sportowego oraz uniemożliwia udzielenie zamówienia innemu wykonawcy w identycznym zakresie.

[dowód: akta kontroli str. 1983, 1986]

Odnosząc się do powyższych wyjaśnień należy podkreślić, że w treści art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp zawarte są dwie przesłanki wyboru trybu z wolnej ręki, które muszą być spełnione łącznie. Są to: możliwość świadczenia tylko przez jednego wykonawcę oraz występowanie przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. Wyżej wymieniony przepis stanowi wyjątek od zasady wyrażonej w treści art. 10 ust. 1 uPzp, zgodnie z którą podstawowymi trybami udzielania zamówienia są przetarg nieograniczony oraz przetarg ograniczony. Udzielanie zamówień publicznych w trybie z wolnej ręki musi opierać się na ścisłej wykładni przesłanek pozwalających na zastosowanie tego trybu oraz nie może prowadzić do rozszerzającej wykładni treści art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp. W orzecznictwie podkreśla się, że względy gospodarcze i organizacyjne, czy też skomplikowany charakter zamówienia nie mogą stanowić wystarczającej podstawy do udzielenia zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp³³. Taką przesłanką nie są także względy ekonomiczne³⁴. Przepis ten nie mógł więc stanowić podstawy do udzielenia zamówień publicznych w ww. trybie, gdyż jako przyczynę występowania tylko jednego wykonawcy mogącego świadczyć usługi promocyjne na rzecz Miasta wskazano przesłanki pozatechniczne, tj. organizacyjne, faktyczne (występowanie drużyn z Bydgoszczy w danej klasie ligowej), historyczne (związane klubów bydgoskich z Miastem) czy psychologiczne (silna identyfikacja lokalnej społeczności kibiców z klubami z Bydgoszczy). W ocenie NIK wszelkie względy pozatechniczne lub samo przekonanie zamawiającego o tym, że dany wykonawca jest jedynym, który ze względu na jego sytuację faktyczną, czy szczególnie stosunek łączący go z zamawiającym, jest w stanie wykonać zamówienie, nie stanowi dostatecznej podstawy do przyjęcia, że istnieje podstawa do zastosowania art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp.

2. W wyniku badania sprawozdań z realizacji 24 zamówień publicznych dotyczących usług promocyjnych na rzecz Miasta stwierdzono jeden przypadek nieposiadania przez Urząd dokumentacji potwierdzającej należyte wykonanie usługi wynikającej z umowy WPM.IV. 272/2/11 z dnia 31 stycznia 2011 r.³⁵ Zgodnie z § 2 pkt. 2 i 3 ww. umowy wykonawca wraz z każdą fakturą zobowiązany był złożyć sprawozdanie z wykonania usługi za okres wskazany na fakturze, które oprócz części opisowej powinno zawierać dokumentację fotograficzną, wzorcowe egzemplarze materiałów promocyjnych/reklamowych, kopie materiałów publikowanych w mediach w formie elektronicznej oraz inne dokumentujące realizację usług promocyjnych. Przedmiotowe sprawozdanie wykonawcy nie zawierało żadnego z ww. elementów, a jedynie część opisową.

³³ Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 11 stycznia 2012 r., sygn. II GSK 1411/10.

³⁴ Wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie z dnia 3 sierpnia 2012 r., sygn. V ca 1281/12.

³⁵ Za miesiąc czerwiec 2011 r

Dyrektor WPST wyjaśniła, iż weryfikacja należytego wykonania usług za wskazany powyżej okres została powierzona pracownikowi WPST. Wskazała, iż podstawą stwierdzenia należytego wykonania usług promocyjnych była w tym przypadku pozytywna opinia tego pracownika, osobiście uczestniczącego w meczach drużyny, potwierdzająca faktyczne wykonanie usług zgodnie z umową.

[dowód: akta kontroli str. 980, 982-983, 1016, 1926-1955, 1991-1993]

Wskazana w powyższych wyjaśnieniach opinia pracownika nie znajdowała potwierdzenia w dokumentacji Urzędu, a wynikała jedynie z ustnych wyjaśnień udzielonych w trakcie kontroli NIK. W ocenie Izby należyte wykonanie umowy stanowiące podstawę wypłaty środków publicznych powinno być przez Urząd rzetelnie udokumentowane.

Uwagi dotyczące
badanej działalności

W żadnym z 24 przypadków zamówień publicznych objętych badaniem Urząd nie przedłożył wyliczeń stanowiących podstawę do ustalenia szacowanych wartości tych zamówień.

Według wyjaśnień pracowników Urzędu, którzy dokonywali czynności ustalenia wartości ww. zamówień, wartości te były każdorazowo ustalane z wykonawcą przez Prezydenta lub Zastępcę Prezydenta odpowiedzialnego w Urzędzie za sport oraz promocję. Wskazali oni, iż informacje na temat wartości umów otrzymywali od bezpośredniego przełożonego i na tej podstawie obliczali wartość zamówienia, bez podatku VAT, w celu przeprowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Powyższe potwierdziła w swoich wyjaśnieniach Dyrektor WPST wskazując, iż wycena wartości szacunkowej była każdorazowo rozpatrywana indywidualnie z wykonawcą danego przedsięwzięcia przez Zastępcę Prezydenta odpowiedzialnego za sport oraz promocję.

Według wyjaśnień Dyrektor WPST oraz Dyrektora WPM, przy wycenie wartości szacunkowej tych zamówień uwzględniano wartość danej usługi w poprzednim roku budżetowym, zwracając uwagę na jakość jej wykonania, zaspokajanie potrzeb mieszkańców, międzynarodowy charakter, szczególne znaczenie w kreowaniu wizerunku Bydgoszczy jako „Miasta Sportu”, „Miasta Muzyki” czy gospodarza dużych wydarzeń o charakterze międzynarodowym. Dyrektor WPM wyjaśnił, iż oczekiwane rezultaty działań promocyjnych były ustalane na podstawie analizy sprawozdań z wykonania usług promocyjnych z okresów poprzednich.

[dowód: akta kontroli str. 2024-2025, 2029, 2061-2062, 2065, 2092-2096]

Według wyjaśnień Prezydenta pracownicy Urzędu dokonujący szacowania wartości zamówień publicznych na usługi promujące Miasto otrzymywali informacje na temat maksymalnego limitu środków, które mogły być każdorazowo wykorzystane na promocję. Wartość szacunkowa ww. zamówień uwzględniała ich specyfikę. Rozeznanie rynkowe mogło nastąpić jedynie poprzez zapoznanie się z wyceną usług od konkretnego wykonawcy oraz analizę sprawozdań z wykonania usług w okresach poprzednich.

[dowód: akta kontroli str. 2161-2163, 2250]

Izba zwraca uwagę, iż dokumentacja Urzędu w zakresie szacowania wartości zbadanych zamówień publicznych nie pozwalała ocenić, czy wydatki na usługi promujące Miasto były dokonywane w sposób oszczędny z zachowaniem zasad uzyskania najlepszych efektów z danych nakładów, tj. zgodnie z art. 44 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych³⁶.

³⁶ Dz. U. z 2013 r. poz. 885 ze zm.

3.2. Zlecenie podmiotom zewnętrznym realizacji działań promocyjnych bez zastosowania uPzp

Opis stanu faktycznego

W kontrolowanym okresie udzielono ogółem 1113 zamówień o wartości niższej niż 14 tys. euro na promocję Miasta na łączną kwotę 7.229,4 tys. zł³⁷. Kontrolą objęto 9 zamówień³⁸ na łączną kwotę 276,1 tys. zł (3,82%).

[dowód: akta kontroli str. 2166-2167]

Analiza ww. zamówień wykazała, iż:

- w 5 na 8 zamówień w wyniku ogłoszonego konkursu podpisano umowy na współfinansowanie projektów mających szczególne znaczenie dla promocji i wizerunku Miasta. Współpraca promocyjna polegała na wykupieniu przez Miasto u organizatorów przedsięwzięć usług promujących Miasto. Oceny i weryfikacji merytorycznej wniosków o współfinansowanie projektów dokonał zespół powołany przez Prezydenta, a wyniki konkursu zostały opublikowane na portalu internetowym www.bydgoszcz.pl. W protokole z posiedzeń ww. zespołu wskazano kryteria wyboru projektów, m.in. unikalny charakter wydarzeń, korzyści promocyjne, zakres świadczeń reklamowych, planowaną promocję przedsięwzięć oraz prognozowaną liczbę odbiorców. We wszystkich tych przypadkach zachowano zasady konkurencyjności;
- w dwóch przypadkach realizację zamówienia zlecono konkretnemu wykonawcy, tj. jednemu organizatorowi Bydgoskiego Festiwalu Operowego i jednemu wystawcy opery „Manru” posiadającemu prawa autorskie do partytury;
- w jednym przypadku zamówienia udzielono w trybie zapytania ofertowego³⁹;
- w jednym przypadku nie skierowano zapytania ofertowego z uwagi na niską kwotę zamówienia;
- we wszystkich przypadkach dokonywano weryfikacji należytego wykonania zamówień.

[dowód: akta kontroli str. 372-468, 485-503, 2044-2046, 2050-2060, 2064-2065]

Sprawozdania z wykonania usług promujących Miasto zawierały materiały i dokumentację potwierdzające należyte wykonanie przedmiotu umowy.

[dowód: akta kontroli str. 428-437, 2069]

Ustalone nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

3.3. Realizacja wniosków pokontrolnych NIK

Wnioski pokontrolne z kontroli NIK przeprowadzonej w 2013 r. w temacie „Prywatyzacji WKS Zawisza Bydgoszcz S.A.” dotyczyły: [1] podjęcia inicjatywy

³⁷ Na podstawie rejestrów zamówień oraz rejestrów umów w latach 2011 - 2013 prowadzonych przez WPST (później WPM) Urzędu.

³⁸ Dobór próby badawczej tych zamówień był losowy. Dotyczyły one promocji Miasta: [1] podczas organizacji Bydgoskiego Festiwalu Operowego (BFO) w 2011 r. (umowa o wartości 52 tys. zł zawarta 21 kwietnia 2011 r. z Operą Nova w Bydgoszczy); [2] podczas kampanii reklamowej promującej wydanie płyty DVD opery „Manru” w nagraniu Opery Nova w Bydgoszczy (umowa o wartości 20 tys. zł zawarta 23 września 2011 r. z Operą Nova w Bydgoszczy); [3-4] w ramach kampanii „Razem Możemy Więcej” (zamówienie na wydruk i ekspozycję nośników reklamowych o wartości 8 tys. zł złożono 10 września 2013 r., umowa o wartości 66.1 tys. zł zawarta dnia 15 października 2013 r., w obu przypadkach wykonawcą była Agencja Reklamowa „Start” z siedzibą w Bydgoszczy). Łączna wartość szacunkowa pierwszego i drugiego zamówienia (bez podatku VAT) wynosiła 39.000 zł; [5] podczas Festiwalu Aktywności Kobiet „Babie Lato” (umowa o wartości 20 tys. zł zawarta 13 sierpnia 2013 r. z Leśnym Parkiem Kultury i Wypoczynku „Myślęcinek” Sp. z o.o.); [6] podczas organizacji imprezy pn. „WATER SHOW 2013” (umowa o wartości 20 tys. zł zawarta 13 sierpnia 2013 r. z „KADRA” A. R. z siedzibą w Bydgoszczy); [7] podczas organizacji plenerowego przedsięwzięcia kulinarno – rozrywkowego pn. „Święto Ryby” (umowa o wartości 50 tys. zł zawarta 16 maja 2013 r. z Abramczyk Sp. z o.o. z siedzibą w Bydgoszczy); [8] podczas organizacji plenerowego przedsięwzięcia kulinarno – rozrywkowego pn. „Bydgoski festiwal Gospel” (umowa o wartości 10 tys. zł zawarta 22 maja 2013 r. z Kościołem Ewangelicznych Chrześcijań Zborem w Bydgoszczy); [9] podczas organizacji koncertu pn. „Muzyka na wodzie” (umowa o wartości 30 tys. zł zawarta 4 września 2013 r. z Filharmonią Pomorską im. Ignacego Jana Paderewskiego w Bydgoszczy).

³⁹ Tryb ten został uregulowany w zarządzeniu nr 458/2011 Prezydenta Miasta Bydgoszczy z dnia 1 czerwca 2011 r. w sprawie realizacji zamówień o wartości szacunkowej nieprzekraczającej wyrażonej w złotych równowartości 14.000 euro w Urzędzie Miasta Bydgoszczy (ze zm).

uchwałodawczej w celu doprowadzenia do zgodności z ustawą o finansach publicznych zapisanego w poz. 50 załącznika nr 3 do uchwały nr VIII/39/11 z dnia 23 lutego 2011 r. Rady Miasta Bydgoszczy w sprawie wieloletniej prognozy finansowej Miasta przedsięwzięcia pn. „Współpraca promocyjna ze Spółką WKS Zawisza Bydgoszcz S.A.”; [2] zaniechania praktyk udzielania zamówień polegających na wykonywaniu usług promocyjnych na rzecz Miasta z naruszeniem trybu określonego w uPzp.

W toku kontroli stwierdzono, iż wskazane powyżej przedsięwzięcie nie zostało wprowadzone do wieloletniej prognozy finansowej Miasta na lata 2014 - 2038⁴⁰, tym samym wniosek [1] zrealizowano.

Wniosek [2] nie został zrealizowany, tj.: nie zaniechano praktyki udzielania zamówień publicznych na usługi promocji Miasta w trybie z wolnej ręki, z naruszeniem przesłanek warunkujących zastosowanie tego trybu. Na podstawie badania 24 zamówień publicznych ustalono, iż po zakończeniu ww. kontroli NIK Miasto udzieliło czterech zamówień publicznych na wykonanie usług promocyjnych w oparciu o drużyny sportowe⁴¹, z naruszeniem art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp.

[dowód: akta kontroli str. 829-833, 957-961, 1127-1129, 1132-1133, 1261-1264, 1274-1275, 1690-1691]

Ocena cząstkowa

Najwyższa Izba Kontroli ocenia negatywnie działalność Urzędu w zbadanym zakresie.

IV. Wnioski

Przedstawiając powyższe oceny i uwagi wynikające z ustaleń kontroli, Najwyższa Izba Kontroli, na podstawie art. 53 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli⁴², zwanej dalej „ustawą o NIK”, wnosi o zaniechanie praktyki udzielania zamówień publicznych na wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w trybie z wolnej ręki w przypadku niewystępowania przesłanek do zastosowania tego trybu.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Zgodnie z art. 54 ustawy o NIK kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do dyrektora Delegatury NIK w Bydgoszczy.

Zgodnie z art. 62 ustawy o NIK proszę o poinformowanie Najwyższej Izby Kontroli, w terminie 21 dni od otrzymania wystąpienia pokontrolnego, o sposobie wykorzystania uwag i wykonania wniosków pokontrolnych oraz o podjętych działaniach lub przyczynach niepodjęcia tych działań.

⁴⁰ Uchwała nr XLIX/1078/13 Rady Miasta Bydgoszczy z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie wieloletniej prognozy finansowej Miasta Bydgoszczy na lata 2014 - 2038.

⁴¹ [1] „Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w oparciu o zespół siatkarki występujących pod nazwą Transfer Bydgoszcz w Plus Lidze w 2013 r. podczas rundy jesiennej 2013/2014 (wartość umowy 1.385.000 zł); [2] „Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w 2013 r. w rundzie jesiennej 2013/2014, w oparciu o zespół siatkarek występujący w najwyższej krajowej klasie rozgrywek Orlen Ligi Kobiet pod nazwą KS PAŁAC Bydgoszcz” (wartość umowy 595.000 zł); [3] „Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w 2013 r. podczas sezonu zasadniczego Ekstraklasy Basket Ligi Koszykówki Kobiet 2013 / 2014 w oparciu o zespół koszykarek występujący po nazwą „Artego Bydgoszcz” (wartość umowy 332.500 zł); [4] „Wykonanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów piłkarskich T-Mobile Ekstraklasy poprzez drużynę piłkarską seniorów WKS Zawisza Bydgoszcz S.A. podczas sezonu 2013/2014 w rundzie jesiennej w 2013 r. (wartość umowy 1.574.500 zł).

⁴² Dz. U. z 2012 r., poz. 82 ze zm.

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

W przypadku wniesienia zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, termin przedstawienia informacji liczy się od dnia otrzymania uchwały o oddaleniu zastrzeżeń w całości lub zmienionego wystąpienia pokontrolnego.

Bydgoszcz, dnia 3 maja 2014 r.

Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Bydgoszczy
kontroler:
Mateusz Grynicz
starszy inspektor kontroli państwowej

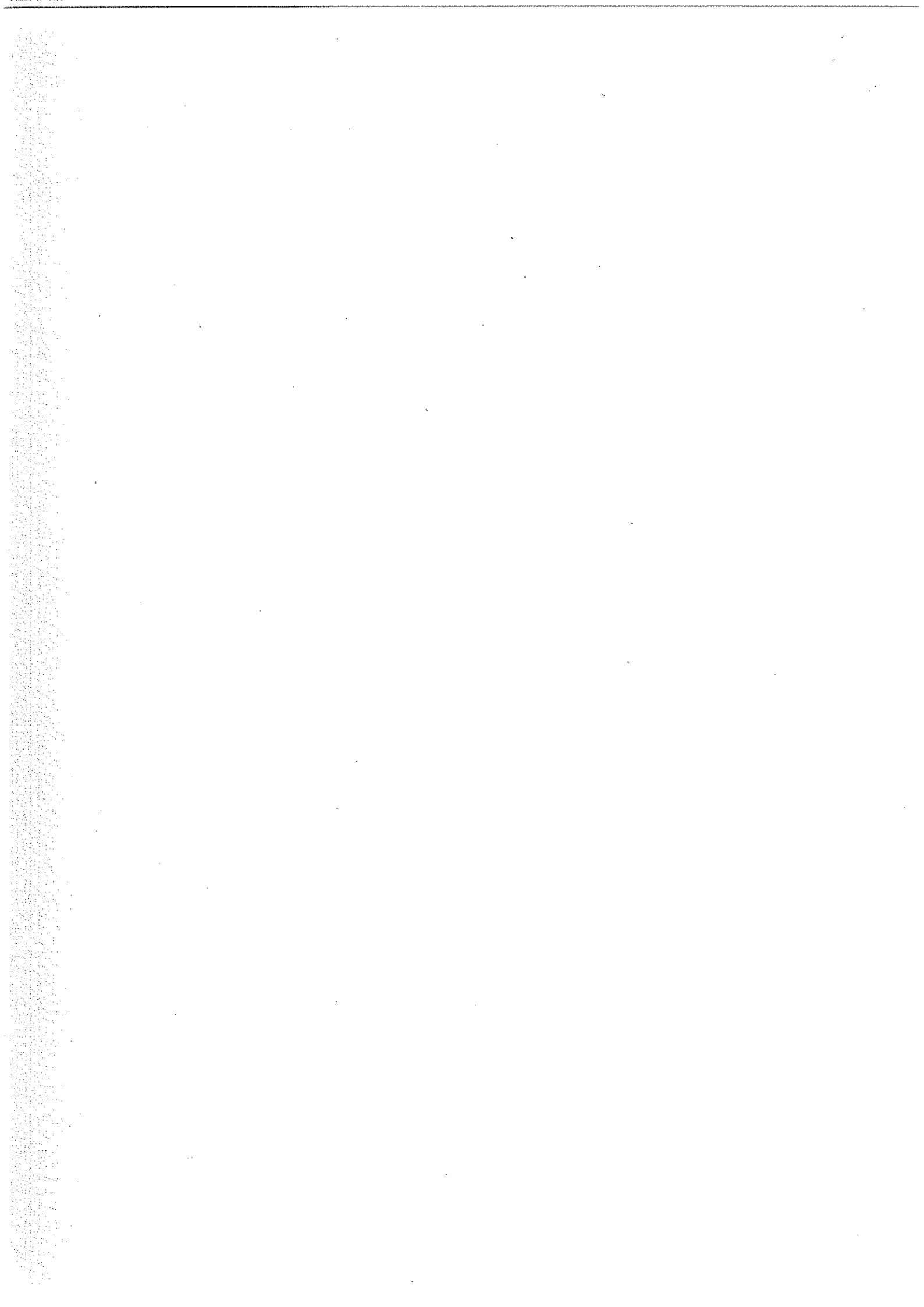
Mateusz Grynicz

Podpis

Najwyższa Izba Kontroli
Delegatura w Bydgoszczy
Dyrektor
Barbara Antkiewicz

Barbara Antkiewicz

Podpis





Bydgoszcz ...05.2014r.

WZP-III.1710.4.2014

Pani
Barbara Antkiewicz
Dyrektor Najwyższej Izby Kontroli
Delegatura w Bydgoszczy
ul. Wały Jagiellońskie 12
85-950 BYDGOSZCZ

Dotyczy: zgłoszenia zastrzeżeń do ustaleń zawartych w Wystąpieniu Pokontrolnym, oznaczonym numerem sprawy: LBY-4101-001-02/2014 z dnia 9 maja 2014r., dotyczącym działań promocyjnych wybranych miast na prawach powiatu, będących przedmiotem kontroli Delegatury NIK w Bydgoszczy.

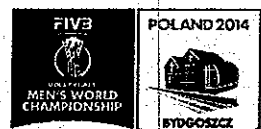
Zgodnie z pouczeniem zawartym w ww. Wystąpieniu Pokontrolnym, po zapoznaniu się z przedstawionymi w jego treści ustaleniami, na podstawie przysługującego nam prawa do zgłoszenia pisemnych zastrzeżeń do ustaleń zawartych w ww. Wystąpieniu - **zgłaszam** niżej wymienione umotywowane zastrzeżenia dotyczące:

- 1) **zakwalifikowania przez Kontrolującego (NIK) udzielania zamówień przez Zamawiającego (Miasto Bydgoszcz) w trybie zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie zlecenia klubom sportowym usług promujących Miasto, jako niespełniających ustawowych przesłanek niezbędnych do zastosowania tego trybu zamówienia – określonych w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (dalej uPzp – t.j. Dz. U. z 2013r. poz. 907 ze zm.),**
- 2) **zalecenia przez Kontrolującego zaniechania praktyk udzielania zamówień publicznych na wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy w trybie zamówienia z wolnej ręki.**

Na wstępie podkreślić należy, iż Zamawiający **podtrzymuje swoje stanowisko przedstawione we wcześniejszych wyjaśnieniach** i przede wszystkim stwierdza, iż wyartykułowana w ww. Wystąpieniu ocena dokonana została w oderwaniu od przedstawionej Kontrolującemu opinii prawnej Prezesa UZP z dnia 29.11.2013r., **co do legalności i prawidłowości stosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie wykonywania usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczy I - ligowych poprzez drużyny: piłkarską, siatkarską i koszykarską.**

Nie budzi wątpliwości, iż Prezes UZP jest organem merytorycznie właściwym w sprawach interpretacji przepisów dotyczących zamówień publicznych i w ramach posiadanych kompetencji jest uprawniony do dokonywania interpretacji tych przepisów.

Kontrolujący w Wystąpieniu Pokontrolnym **pomiął i ani jednym zdaniem nie odniósł się do ww. opinii i tym samym potraktował ww. stanowisko Prezesa UZP jako nieistotne i bez znaczenia.** Kontrolujący winien dokonywać oceny legalności i prawidłowości przeprowadzenia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego w oparciu o przepisy uPzp, jak i o ich interpretację dokonaną przez organ powołany m.in. do tych celów.



W państwie prawa nie może mieć miejsca sytuacja, że NIK ignoruje interpretację przepisów prawa dokonaną przez organ do tego uprawniony. Jeśli tak ma wyglądać honorowanie prawa w Polsce to proponuję rozwiązać Urząd Zamówień Publicznych i interpretację przepisów w zakresie zamówień publicznych powierzyć Najwyższej Izbie Kontroli, która interpretuje przepisy według własnego uznania, ignorując i nie uwzględniając opinii prawnej wydanej przez organ, który jest merytorycznie właściwy do interpretacji przepisów uPzp.

W tym miejscu podkreślić należy, że opinia Prezesa UZP w zakresie legalności zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki dotyczyła właśnie przesłanki art. 67 ust. 1 pkt. 1 litera „a” uPzp, tj. „z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze”, a nie jak błędnie stwierdziła to Pani Dyrektor Delegatury NIK w notatce służbowej (str. 2) z odbytej w dniu 6 maja 2014r. narady śródkontrolnej pomiędzy Urzędem Miasta, a NIK, cyt: *„Powołana przez Pana Prezydenta opinia Prezesa UZP odnosiła się jednak tylko do jednej przesłanki wymienionej w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a uPzp, nie odnosiła się natomiast do występowania przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze.”*

Jeszcze raz podnieść należy, iż Zamawiający zwrócił się z wnioskiem do Prezesa UZP - po pierwszej kontroli NIK wszczętej w maju 2013r. - o interpretację ww. przepisów i Prezes UZP, pismem z dnia 29.11.2013r. udzielił jednoznacznej odpowiedzi w sprawie legalności zastosowania ww. trybu stwierdzając, iż cyt.: **„udzielenie zamówienia na usługi promocyjne Miasta Bydgoszczy w dziedzinie piłki nożnej, siatkarskiej, czy koszykarskiej podczas meczy i ligowych rozgrywanych przez lokalne drużyny działające na terenie Miasta Bydgoszczy wypełnia przesłanki uzasadniające udzielenie zamówienia w trybie z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a uPzp.” (z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze).**

Zgodnie bowiem z ww. przepisem i jego interpretacją dokonaną przez UZP – przesłanka zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki uregulowana w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a uPzp, dopuszcza zastosowanie trybu niekonkurencyjnego, jeżeli dostawy, usługi lub roboty budowlane mogą być świadczone tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. Wg opinii Prezesa UZP, dopuszczalność udzielenia zamówienia z wolnej ręki na ww. podstawie uzależniona jest od obiektywnego istnienia na rynku w danym miejscu i czasie wyłącznie jednego wykonawcy (*monopolisty*), który jest w stanie wykonać określone zamówienie. Zdaniem Prezesa UZP, biorąc pod uwagę, iż cechą rozgrywek sportowych (*np. piłki nożnej, piłki siatkarskiej czy koszykarskiej*) jest fakt, że praktycznie wszystkie podmioty uczestniczące w tych rozgrywkach są silnie związane z miejscem działalności klubu sportowego (*co objawia się np. poprzez dodawanie nazw miejscowości do nazw drużyn sportowych*) - to uzasadnione jest stanowisko, iż cel udzielenia zamówienia na usługi promocji zamawiającego w ww. dziedzinach sportu może zostać osiągnięty jedynie poprzez wybór wykonawcy kojarzonego z zamawiającym od wielu lat. Nadto, zgodnie ze stanowiskiem Prezesa UZP - gdy dodatkowo w okolicznościach udzielanego zamówienia stwierdza się, iż jedynie wykonawca działający na lokalnym rynku wykazuje odpowiedni poziom powiązania z zamawiającym, to nieuzasadniony wydaje się wybór innego wykonawcy (*substytutu*). A to oznacza, iż w konsekwencji, specyfika przedmiotu zamówienia, którą jest promocja Miasta przez lokalny klub sportowy (*piłkarski, siatkarski lub koszykarski*) grający w tym czasie w I lidze, a zapewniający silne skojarzenia z miastem, uniemożliwia udzielenie zamówienia z zakresu promocji Miasta innemu wykonawcy w identycznym zakresie.

W tym miejscu zwrócić należy uwagę, iż **właśnie ww. względy**, wg Prezesa UZP stanowią podstawę do udzielenia w trybie z wolnej ręki, zamówienia na usługi promocyjne ściśle określonemu podmiotowi, tj. lokalnemu klubowi sportowemu – wbrew temu co stwierdza Kontrolujący i stanowisko Kontrolującego (NIK) jest sprzeczne z opinią Prezesa UZP.

Lecz Zamawiający, opiera się na ww. opinii Prezesa UZP i informuje NIK, iż niezaprzestanie praktyk w zakresie udzielania zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie usług promocyjnych wykonywanych przez kluby sportowe, bowiem opinia Prezesa UZP jest jednoznaczna i świadczy o legalności działań Miasta Bydgoszczy, w zakresie przedmiotowych usług promocyjnych i dla Zamawiającego jest opinią wiążącą w zakresie interpretacji przepisów prawa w tym przedmiocie tym bardziej, że Prezes UZP jest organem do tego uprawnionym. Natomiast, stanowisko NIK jest subiektywne, nie poparte żadną argumentacją i nie stanowi dla Zamawiającego żadnej wykładni przepisów prawa.

Dodatkowo, podkreślenia wymaga fakt, iż skoro Kontrolujący w tym przedmiocie usług promocyjnych neguje tryb zamówienia z wolnej ręki i tylko wskazuje, że tryb ten stanowi wyjątek od zasady wyrażonej w art. 10 ust. 1 uPzp, zgodnie z którą podstawowymi trybami udzielania zamówień publicznych są: przetarg nieograniczony i ograniczony - to jest to w tym konkretnym przedmiocie usług - stwierdzenie chybione i sprzeczne z przepisami uPzp, bowiem przeprowadzenie przetargu nieograniczonego w przedmiocie usług promocyjnych, wykonywanych przez I ligowe kluby sportowe: piłkarskie, siatkarskie czy koszykarskie, uchybia przepisowi art. 29 uPzp, który stanowi, iż przedmiotu zamówienia nie można opisywać w sposób, który mógłby utrudnić uczciwą konkurencję, oraz nie można opisywać poprzez wskazanie znaków towarowych, patentów lub pochodzenia czy nazw producentów, dostawców, wykonawców. To oznacza konieczność eliminacji z określenia przedmiotu zamówienia wszelkich sformułowań parametrów lub nazw, które wskazywałyby na konkretny wyrób czy konkretnego wykonawcę.

Nadto, zastosowanie trybu przetargu nieograniczonego w tym przedmiocie usług promocyjnych, byłoby bez wątpienia sprzeczne z jego istotą. Na marginesie sprawy należy również zaznaczyć, że przedmiot zamówienia powinien być określony w sposób precyzyjny i jednoznaczny, a jednocześnie w sposób maksymalnie zobiektywizowany. Dlatego uPzp odwołuje się w art. 30 do cech technicznych i jakościowych, za pomocą których należy określić przedmiot zamówienia. Przepisy uPzp zobowiązują też zamawiającego do podania wszelkich niezbędnych informacji i wymagań co do przedmiotu zamówienia, nakazując przy tym zamawiającemu używać dokładnych i zrozumiałych dla wykonawców określeń. W związku z jw. powstaje pytanie: w jaki sposób miałyby Zamawiający tego dokonać w trybie przetargu nieograniczonego, w przedmiocie usług promocyjnych poprzez sport, nie naruszając ww. zasad, określonych w tym przepisie? Odpowiedź jest jednoznaczna - jest to niemożliwe, bez naruszenia przepisów uPzp i dokonania prawidłowego opisanie przedmiotu zamówienia.

Nadto, nieuzasadnionym jest twierdzenie NIK, iż skoro niektóre jednostki samorządu terytorialnego, stosują tryb konkurencyjny w przedmiocie usług promocyjnych poprzez sport, to działają zgodnie z przepisami uPzp. Wręcz przeciwnie - jednostki te stosując przetarg nieograniczony naruszają przepis art. 29 uPzp, bowiem opisują przedmiot zamówienia w sposób utrudniający uczciwą konkurencję i równe traktowanie wykonawców, a także dodatkowo naruszają art. 7 ust. 1 uPzp, wskazując w przedmiocie zamówienia wykonywanie usług przez I ligowy klub sportowy występujący na terenie danej gminy. Gminy te zapewne z obawy przed zarzutem organu kontrolnego, stosują przetarg nieograniczony, nie zważając na naruszenie przepisów uPzp, byleby był to przetarg nieograniczony. Zatem kuriozalne jest, iż organ kontrolny NIK, który winien być orędownikiem przestrzegania prawa w Polsce, sugeruje Zamawiającemu takie działanie, które prowadzi do naruszenia przepisów uPzp, argumentując to tym, iż tak czynią inni zamawiający i to jest wg Kontrolującego wyznacznik prawidłowego działania - a nie opinia Prezesa UZP. Stąd też wnioski i zalecenia Kontrolującego w powyższej sprawie są sprzeczne z przepisami uPzp.

Kontrolujący zdaje się zapominać, o przestrzeganiu 2 fundamentalnych zasad, które wynikają z przepisu art. 7 ust. 1 uPzp, tj.:

- 1) równe traktowanie podmiotów ubiegających się o zamówienie publiczne (zasada równości wykonawców),
- 2) przygotowanie i przeprowadzenie postępowania w sposób gwarantujący zachowanie uczciwej konkurencji (zasada uczciwej konkurencji).

Sugerowanie zastosowania trybu przetargu nieograniczonego w przypadku wykonywania usług promocyjnych poprzez sport, jest równoznaczne z preferowaniem naruszenia przywołanych wyżej przepisów art. art.: 7 ust. 1 i 29 uPzp. Zatem, nie jest możliwe zastosowanie trybu przetargu nieograniczonego w określonym przedmiocie jeśli uchybia się innym przepisom uPzp, a przedmiotu zamówienia nie można opisać zgodnie z zasadami określonymi w art. 29 uPzp. Chyba nie o to chodzi (*w obszarze prawa zamówień publicznych*), żeby stosować tryb przetargu nieograniczonego tylko dlatego, że jest to tryb konkurencyjny, tj. tylko w celu zadowolenia organu kontrolującego (NIK), nie zważając czy się narusza konkretny przepis uPzp. Właśnie w sytuacjach udzielania specyficznego przedmiotu zamówienia, ustawodawca przewidział tryb zamówienia z wolnej ręki.

Zamawiający potwierdza, iż gdyby przedmiotem zamówienia były **jakiegokolwiek inne rodzaje usług promocyjnych**, to należałoby zastosować tryb przetargu nieograniczonego.

Natomiast, w tym konkretnym przypadku, nie chodzi o jakiegokolwiek usługi promocyjne – chodzi o promowanie Miasta poprzez **jedyny** I ligowy zespół piłkarski, siatkarski, czy koszykarski, istniejący w danym czasie, na lokalnej arenie sportowej – podczas meczy ligowych - i **są to względy techniczne o obiektywnym i nieprzewidywalnym charakterze**. Bowiem lokalne kluby sportowe w różnych dziedzinach sportu - **jako jedyne**, są zdolne wykonać zamówienie obejmujące świadczenie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy **podczas meczy**, z uwagi na dysponowanie takimi drużynami sportowymi składającymi się z określonych zawodników, używając nazwy „Bydgoszcz” jako stałego i integralnego elementu w oficjalnej nazwie drużyny oraz wskazanie Miasta Bydgoszczy jako oficjalnego partnera rozgrywek I ligi w Polsce w ogłoszeniach radiowych, prasowych i telewizyjnych promujących rozgrywki i promowanie Miasta, poprzez różnego rodzaju działania reklamowe: banery, stroje zawodników, ścianki sponsorskie, balony, itp. inne narzędzia marketingowe i promocyjne.

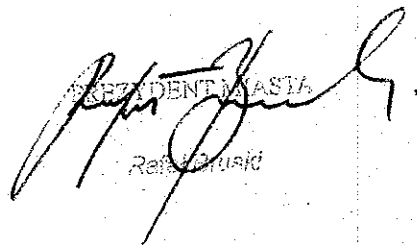
Ponadto, również jednoznacznie należy podkreślić, że ww. względy są względami technicznymi o nieprzewidywalnym charakterze i myli się Kontrolujący sugerując, iż są to przesłanki pozatechniczne. Niemożność wykonania zamówienia przez inny podmiot niż, lokalny klub sportowy, ze względu na fakt rozgrywania meczy I ligowych i posiadania drużyny sportowej jest definiowana przez Prezesa UZP jako względy techniczne, niemożliwe do zrealizowania przez innego wykonawcę i **niemożliwość ta ma charakter stały i nieprzewidywalny**.

Nie ulega wątpliwości, że inny wykonawca w ww. zakresie nie jest w stanie wykonać przedmiotowego zamówienia, z tego prostego względu, iż nie dysponuje własną I ligową drużyną sportową i musiałby ostatecznie podzlecić wykonanie takich usług właśnie konkretnemu klubowi sportowemu (*czyli pośredniczyć w wykonaniu zamówienia - za oczywiście większą kwotę wynagrodzenia*), a wtedy nie możemy mówić o gospodarnym wydatkowaniu środków publicznych, do którego obliuguje jednostki samorządu terytorialnego art. 44 ust. 3 ustawy z dnia 27.08.2009r. o finansach publicznych (*Dz. U. z 2013r. poz. 885 ze zm.*), który nakazuje zamawiającemu *wydatkować środki publiczne: w sposób celowy i oszczędny z zachowaniem zasad uzyskiwania najlepszych efektów z danych nakładów, optymalnego doboru metod i środków służących osiągnięciu założonych celów, w sposób umożliwiający terminową realizację zadań, w wysokości i terminach wynikających z wcześniej zaciągniętych zobowiązań*.

Kontrolujący (NIK) jakby nie zauważa tej konkretnej rzeczywistości, w której w danym miejscu i czasie na lokalnej arenie sportowej występuje **jedyny Wykonawca (monopolista)** zdolny do realizacji specyficznych usług promocyjnych, wykonywanych podczas meczy ligowych i bez wątpienia są to **nieprzewidywalne względy techniczne**, o których stanowi przesłanka zawarta w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a uPzp.

Reasumując, Zamawiający podtrzymuje swoje wcześniejsze stanowisko w tej sprawie – opierając się na opinii Prezesa UZP i nie zgadza się z uwagami i wnioskami, wyrażonymi w Wystąpieniu Pokontrolnym, informując jednocześnie, iż nie zastosuje się do zaleceń i uwag NIK i nie zaniecha praktyk udzielania zamówień w trybie z wolnej ręki na usługi promocyjne poprzez sport, z uwagi na jednoznaczną opinię Prezesa UZP, stanowiącą o prawidłowości i legalności działań Zamawiającego w tym przedmiocie usług.

Tym samym, w opisanym stanie prawnym i faktycznym, Zamawiający wnosi o pozytywne rozpatrzenie wniesionych i umotywowanych zastrzeżeń do ustaleń ww. Wystąpienia Pokontrolnego z dnia 9.05.2014r., a co za tym idzie usunięcia wadliwych ustaleń w jego treści.


PREZES UZP
Rafał Bruski

Załączniki (dowody):

1. Kserokopia wniosku do Prezesa UZP z dnia 23.08.2013r. ws. legalności stosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w zakresie usług promocyjnych poprzez sport,
2. Kserokopia Opinii Prezesa UZP z dnia 29.11.2013r. dot. legalności stosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w sprawie jw.

SEKRETARZ MIASTA

REKTOR WYDZIAŁU


REKTOR WYDZIAŁU





SEKRETARZ MIASTA
Edward DOBROWÓLSKI

Bydgoszcz, dnia 23.08.2013 r.

WZP-III. 270.2243.2013

Prezes
Urzędu Zamówień Publicznych
Departament Prawny
Ul. Postępu 17A
02-676 Warszawa

Zamawiający:
Miasto Bydgoszcz
Wydział Zamówień Publicznych
ul. Grudziądzka 9-15
85-130 Bydgoszcz

Dotyczy: wydania opinii w sprawie oceny możliwości zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie *wykonywania usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszcz podczas organizacji meczów i ligowych poprzez: drużynę piłkarską, siatkarską, czy koszykarską*, na podstawie przepisów art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. Prawo zamówień publicznych (*dalej uPzp, tekst jednol. Dz. U. z 2013r. poz. 907*).

Zwracam się z uprzejmą prośbą o wydanie opinii, tym samym interpretacji przepisów w sprawie dotyczącej zasadności i prawidłowości zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie *wykonywania usług promocyjnych poprzez sport na rzecz Miasta Bydgoszcz podczas rozgrywanych meczy i ligowych przez lokalne drużyny: czy to piłkarską, siatkarską, czy też koszykarską.*

UZASADNIENIE

Na wstępie pragnę podkreślić, iż Zamawiający (*Miasto Bydgoszcz*) zainteresowany jest promowaniem Miasta Bydgoszcz właśnie poprzez sport, podczas meczy rozgrywanych przez przodującą, lokalną drużynę (klub sportowy): piłkarską, siatkarską, czy też koszykarską, które działają na terenie miasta Bydgoszcz.

Nie budzi wątpliwości, iż Zamawiający może zastosować tryb zamówienia publicznego z wolnej ręki w ściśle określonych przypadkach wymienionych w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a uPzp. Przepis ww. artykułu uPzp stanowi, iż zamawiający może udzielić zamówienia z wolnej ręki, jeśli zachodzi okoliczność, że dostawy, usługi lub roboty budowlane mogą być świadczone **tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze**. Dopuszczalność udzielenia zamówienia z wolnej ręki na podstawie wskazanego wyżej przepisu uPzp uzależniona jest zatem od istnienia na rynku w danym miejscu i czasie **faktycznie jednego wykonawcy**, który może wykonać określone zamówienie. Zgodnie z ww. przepisem Zamawiający ma prawo do skorzystania z ww. przesłanki pod warunkiem, iż **Wykonawca posiada określone cechy czyniące go swoistego rodzaju monopolistą w danym zakresie, czasie i miejscu**. Zdaniem Zamawiającego, takie przesłanki zachodzą w przypadku wykonywania usług promocyjnych na rzecz miasta Bydgoszcz podczas rozgrywanych meczy przez lokalne I - ligowe Kluby sportowe, tj. **drużynę: piłkarską, siatkarską czy też koszykarską.**

Podkreślić należy, iż zastosowanie trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie wykonywania usług promocyjnych na rzecz miasta Bydgoszcz poprzez kluby sportowe, każdej z ww. dziedzin sportu, wynika z **okoliczności obiektywnych i dotyczy sytuacji faktycznej, w której w danym miejscu i czasie na rynku występuje tylko jeden wykonawca – swoistego rodzaju monopolista.**

85-102 Bydgoszcz, ul. Jezuicka 1
tel.: 52 58 58 310, fax: 52 32 22 962
e-mail: sekretarz@um.bydgoszcz.pl, www.bydgoszcz.pl

Bowiem w danym czasie i miejscu, tj. na lokalnej arenie sportowej istnieje tylko jeden Wykonawca z konkretnej dziedziny sportu – przodujący, rodzimy, **na przykład klub piłkarski, zdolny wykonać przedmiotowe zamówienie**. Zamawiającemu nie chodzi o jakiegokolwiek usługi promujące miasto Bydgoszcz i dlatego Miasto Bydgoszcz nie jest zainteresowane usługami promocyjnymi, żeby wykonywał je jakiegokolwiek wykonawca czy inny zespół piłkarski z innego miasta – Zamawiającemu chodzi o promowanie miasta poprzez **rodzimy, najlepszy zespół piłkarski, koszykarski czy siatkarski, istniejący w danym czasie na lokalnej arenie sportowej i są to względy techniczne o obiektywnym i nieprzewidywalnym charakterze**. Nie ulega zatem wątpliwości, że dany lokalny klub sportowy czy to piłkarski, czy siatkarski, **jako jedyny Wykonawca jest zdolny wykonać przedmiotowe zamówienie, obejmujące świadczenie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas meczy: poprzez używanie nazwy „Bydgoszcz” jako stałego i integralnego elementu w oficjalnej nazwie drużyny oraz wskazanie Miasta Bydgoszczy jako oficjalnego partnera rozgrywek i ligi w Polsce w ogłoszeniach radiowych, prasowych i telewizyjnych promujących rozgrywkę, a także promowanie Miasta, poprzez różnego rodzaju działania reklamowe: banery, stroje zawodników, ścianki sponsorskie, balony, itp. inne narzędzia marketingowe i promocyjne**.

Tak dzieje się w każdym innym przypadku, gdyby Miasto Bydgoszcz zechciało się promować poprzez sport z innych dziedzin sportowych, podczas różnych meczy ligowych, rzecz jasna poprzez swoje najlepsze drużyny sportowe w swoim mieście, w danej dziedzinie sportu. Tak działa i postępuje 90% gmin w całej Polsce. Jak już wyżej wspomniano, Zamawiającemu nie chodzi o jakiegokolwiek usługi promocyjne, bowiem udzielenie przedmiotowego zamówienia w takim wypadku mijaloby się z celem, któremu ma służyć. W ocenie Zamawiającego ww. okoliczności, to właśnie „**względy techniczne**” przesądzające o możliwości wykonania przedmiotowego zamówienia poprzez ww. narzędzia, tylko przez tego jedynego wykonawcę, tj. **dany klub sportowy w danej dziedzinie sportu**. (vide opracowania: G. Wiciak, P. Wiśniewski, *Prawo zamówień publicznych. Komentarz, Warszawa 2007, s. 375*), oraz K. Klimek, *Stosowanie trybu z wolnej ręki na podstawie wytycznych i wyników kontroli UZP, Zamówienia Publiczne, Doradca 2009r. nr 9 s. 62*).

Warto również zaznaczyć, że sport jako jeden z podstawowych sposobów skutecznej reklamy i promocji, skierowanej do szerokiego grona odbiorców (konsumentów) nastawionej głównie na rozrywkę dostarczającą pozytywnych bodźców emocjonalnych, jest jednym z najlepszych form promowania znaków towarowych, czy nazw własnych identyfikujących konkretną rzecz bądź miejsce. Skierowanie więc kampanii promocyjnej w stronę najbardziej popularnych dyscyplin sportowych w Polsce niewątpliwie gwarantuje szeroką promocję i kreowanie pozytywnego wizerunku Miasta. Daje ona bowiem w tym przypadku możliwość bezpośredniego powiązania wizerunku Miasta Bydgoszczy z emocjami sportowymi. Tym bardziej, że promocja gminy – zgodnie z art. 7 ust. 1 pkt. 18 ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (*Dz. U. z 2001r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.*) – należy do jej zadań własnych.

Rozważania tego rodzaju, że Zamawiający mógłby ogłosić postępowanie o zamówienie PUBLICZNE na ww. usługi promocyjne podczas rozgrywanych meczy – w trybie **przetargu nieograniczonego** ze wskazaniem na przykład na Klub Zawisza Bydgoszcz, **byłoby sprzeczne z przepisem art. 29 uPzp, który stanowi, iż przedmiotu zamówienia nie można opisywać w sposób, który mógłby utrudnić uczciwą konkurencję, oraz nie można opisywać poprzez wskazanie znaków towarowych, patentów lub pochodzenia czy nazw producentów, dostawców, wykonawców**. Nadto, byłoby to sprzeczne z **idea** przetargu nieograniczonego.

Jednocześnie, w tym miejscu podnieść należy, że zgodnie z interpretacją UZP, zawartą w komentarzu *Prawo zamówień publicznych pod redakcją byłego Prezesa UZP - Tomasza Czajkowskiego (komentarz, wydanie trzecie) opracowaną w tezie nr 43 (s. 269) do przepisu art. 67 ust. 1 pkt 1 lit a) uPzp, wynika, że cyt.: „względy techniczne uzasadniające udzielenie zamówienia bez przeprowadzenia procedury konkurencyjnej określonego wykonawcy, muszą mieć zasadniczy charakter, tak by można było wskazać, że wykonanie zamówienia przez innego wykonawcę jest ze względów technicznych rzeczywiście niemożliwe i że ta niemożliwość ma charakter nieprzewidywalny.”*

W związku z jw. w ocenie Zamawiającego **żaden inny wykonawca, jak tylko dany klub sportowy z danej dziedziny sportu, promujący miasto Bydgoszcz podczas rozgrywanych meczy - ze względów technicznych - nie jest w stanie wykonać przedmiotowego zamówienia i niemożliwość ta ma charakter nieprzewidywalny**.

Podkreślenia wymaga również fakt, iż Zamawiający w przeszłości udzielał zamówień w zakresie świadczenia usług promocyjnych przez pierwszoligowe kluby sportowe i z reguły wartość takich zamówień przekraczała kwotę 200.000 euro, od której jest uzależniony obowiązek w terminie 3 dni od wszczęcia postępowania, zawiadomienia Prezesa UZP o ich wszczęciu, podając uzasadnienie faktyczne i prawne zastosowania trybu udzielenia zamówienia. Zamawiający każdorazowo dokonywał stosownych zawiadomień Prezesa o wszczęciu tego rodzaju postępowań w tym trybie. **Prezes UZP, monitorując zamówienia publiczne, nigdy nie zakwestionował przesłanki zastosowania ww. trybu zamówienia z wolnej ręki w tego typu przedmiotach zamówień, co jakby utwierdzało za każdym razem Zamawiającego w przekonaniu, iż działa zgodnie z przepisami uPzp.** Niemniej jednak, zwracam się z uprzejmą prośbą o wydanie opinii w przedmiotowej sprawie, celem utwierdzenia Zamawiającego w przekonaniu, iż działania takie w ocenie Prezesa UZP nie są sprzeczne z przepisami uPzp.

Nadto, warto również zaznaczyć, iż gdy nowela przepisów uPzp z 2.12.2009r. wprowadziła do trybu zamówienia z wolnej ręki oraz w ogóle do systemu zamówień nową instytucję prawa, tj. **ogłoszenie o zamiarze zawarcia umowy**, to Zamawiający zgodnie z art. 66 ust. 2 uPzp, pomimo fakultatywnego obowiązku, przekazywał za każdym razem ogłoszenie o zamiarze zawarcia umowy Urzędowi Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich (*ogłoszenie o dobrowolnej przejrzystości ex-ante*).

W związku z jw. oraz biorąc pod uwagę zarówno podmiot wykonujący usługi promocyjne jak i przedmiot zamówienia, **uprzejmie proszę o wydanie opinii o zasadności i prawidłowości udzielania zamówienia z wolnej ręki konkretnemu klubowi sportowemu świadczącemu na rzecz miasta Bydgoszczy usługi promocyjne podczas rozgrywanych meczy I ligowych.**

Z poważaniem

SEKRETARZ MIASTA


Edward Dobrowolski





URZĄD ZAMÓWIEŃ PUBLICZNYCH
Departament Prawny

→ Onypana PM
→ Kierowca - Sechom → WZP
→ Kierowca - ZAK
→ WPM - komo
→ p. kier. Skryny
Warszawa, 23.11. 2013 r.
WZP

UZP/DP/01026/112/13/KA
Urząd Miasta Bydgoszczy
Wydział Zamówień Publicznych

Data: 04. GRU. 2013 3076/1013

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY
ilość załączników szt. SEKRETARIAT MIASTA
podpis ...

wpl. data: 02. 12. 2013
nr wpływu: 164470/1665
ilość załączników szt.

Pan Edward Dobrowoński
Sekretarz Miasta Bydgoszczy

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY
SEKRETARIAT PREZYDENTA
Edward Dobrowoński

3. 12. 2013
12114

W odpowiedzi na pismo z dnia 23 sierpnia 2013 r. (nr sprawy: WZP-III.270.2243.2013), w sprawie przedstawienia stanowiska Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych, co do możliwości zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w zakresie wykonywania usług promocyjnych na rzecz miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów I-ligowych poprzez drużynę piłkarską, siatkarską, czy koszykarską, na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.), zwanej dalej: ustawą Pzp, uprzejmie informuję, co następuje.

I. Z dyspozycji art. 10 ust. 1 ustawy Pzp wynika, że podstawowymi trybami udzielania zamówień publicznych są przetarg nieograniczony oraz przetarg ograniczony. Przepis ten wyraża zasadę prymatu trybów przetargowych (otwartych) nad innymi trybami udzielania zamówień publicznych. Powyższa zasada wzmocniona jest postanowieniem art. 10 ust. 2 ustawy Pzp, zgodnie z którym zamawiający może udzielić zamówienia w innym trybie niż przetarg nieograniczony, czy przetarg ograniczony, tylko w przypadkach określonych w ustawie. A zatem, przepisy określające przesłanki stosowania nieprzetargowych trybów udzielania zamówień publicznych winny być interpretowane ściśle. Tym samym, udzielenie zamówienia publicznego w trybie zamówienia z wolnej ręki jest rozwiązaniem wyjątkowym, możliwym do zastosowania tylko w okolicznościach, wymienionych enumeratywnie w przepisach ustawy Pzp.

Przesłanka zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki uregulowana w art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp, dopuszcza zastosowanie trybu niekonkurencyjnego, jeżeli dostawy, usługi lub roboty budowlane mogą być świadczone tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. Sens normatywny tego przepisu wyraża się w konstatacji, że dopuszczalność udzielenia zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp uzależniona jest od obiektywnego istnienia na rynku w danym miejscu i czasie wyłącznie jednego wykonawcy, który jest w stanie wykonać określone zamówienie. Zatem

istnienie jednego wykonawcy zdolnego do realizacji zamówienia musi być oczywiste i wynikać z obiektywnych, nie budzących wątpliwości przyczyn, a nie z subiektywnego przekonania zamawiającego. Postawą zastosowania art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a jest szczególny charakter danego zamówienia powodujący, że może ono zostać zrealizowane tylko przez jednego wykonawcę, przy czym nie jest wystarczające, że dany wykonawca jest w stanie zrealizować zamówienie najlepiej bądź w najszerszym zakresie; musi to być wykonawca, który ze względu na specyficzne cechy techniczne danego zamówienia jest jako jedyny zdolny do jego realizacji. Względy uzasadniające udzielenie zamówienia bez konieczności prowadzenia procedury konkurencyjnej muszą mieć charakter zasadniczy, tak by można było wykazać, że udzielenie zamówienia innemu wykonawcy nie jest rzeczywiście możliwe i że ta okoliczność ma charakter nieprzewidywalny.

Odnosząc powyższe do okoliczności opisanych we wskazanym na wstępie piśmie należy wskazać, iż udzielenie zamówienia na usługi promocji zamawiającego w dziedzinie piłki nożnej, siatkarskiej czy koszykarskiej podczas meczy I-ligowych rozgrywanych przez lokalną drużynę (klub sportowy), działającą na terenie miasta Bydgoszczy, wypełnia przesłanki uzasadniające udzielenie zamówienia w trybie zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp. Zaznaczyć należy, iż zamówienie publiczne, którego przedmiotem jest świadczenie usług promocyjnych przez drużynę (klub sportowy) podczas rozgrywek ligowych określonego szczebla odznacza się specyficznymi uwarunkowaniami. Celem takiego zamówienia jest bowiem świadczenie usług promocyjnych przez ściśle określony podmiot, tj. podmiot lokalny, powiązany w określony sposób z zamawiającym, co pozwala osiągnąć efekt rozpropagowania zamawiającego wśród lokalnej społeczności, na skutek jego zaangażowania w wydarzenia sportowe określonego rodzaju. A zatem głównym czynnikiem ocenianym w tego typu postępowaniach jest zdolność wykonawcy do osiągnięcia zamierzonego efektu, poprzez wykazanie więzi łączących go z zamawiającym. Powyższy związek klubu (drużyny sportowej) z zamawiającym może się wyrażać w historii oraz pochodzeniu klubu. W konsekwencji, specyfika przedmiotowego zamówienia zawęża możliwość wyboru wykonawcy (substytutu) tego typu zamówienia wyłącznie do lokalnej drużyny (klubu sportowego), zwłaszcza gdy w okolicznościach danego zamówienia okaże się, że wszystkie pozostałe podmioty biorące udział w rozgrywkach danej ligi związane są ze swoim własnym miejscem działalności klubowej, odmiennym od siedziby zamawiającego. Tym samym, wybrany w takich okolicznościach lokalny wykonawca może być uznany za pewnego rodzaju monopolistę ze względu na jego udział w rozgrywkach ligowych określonej dyscypliny, który jako jedyny może zapewnić osiągnięcie celu udzielenia ww. zamówienia, w trybie zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp.

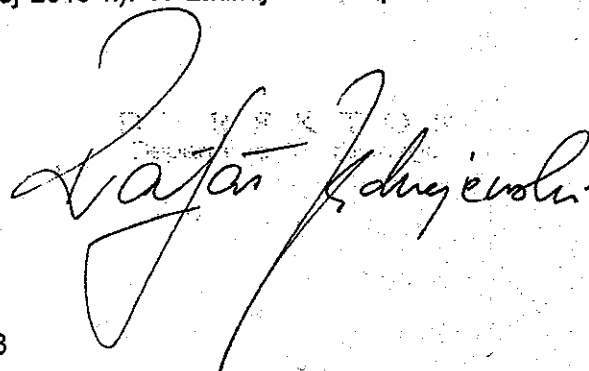
A zatem, biorąc pod uwagę, iż cechą rozgrywek sportowych (np.: piłki nożnej, piłki siatkarskiej czy koszykarskiej) jest fakt, że praktycznie wszystkie podmioty uczestniczące w tych rozgrywkach są silnie związane z miejscem działalności klubu sportowego (co objawia się np. poprzez dodawanie nazw miejscowości do nazw drużyn sportowych), uzasadnione jest stanowisko, iż cel udzielenia zamówienia na usługi promocji zamawiającego w dziedzinie sportu

(w tym: piłki nożnej, piłki siatkarskiej czy koszykarskiej) może zostać osiągnięty jedynie poprzez wybór wykonawcy kojarzonego z zamawiającym od wielu lat. A zatem, gdy dodatkowo w okolicznościach udzielanego zamówienia zostanie stwierdzone, iż jedynie wykonawca działający na lokalnym rynku wykazuje odpowiedni poziom powiązania z zamawiającym to nieuzasadniony wydaje się wybór innego wykonawcy (substytutu). W konsekwencji, specyfika przedmiotu zamówienia, którą jest promocja miasta przez lokalny klub sportowy (piłkarski, siatkarski lub koszykarski) grający w tym czasie w I lidze piłki nożnej, siatkówki, koszykówki a zapewniający silne skojarzenia z miastem, uniemożliwia udzielenie zamówienia z zakresu promocji miasta innemu wykonawcy w identycznym zakresie.

Podsumowując, przedstawione wyżej okoliczności przemawiają za tym, iż w okolicznościach przedmiotowej sprawy wybór przez Miasto Bydgoszcz lokalnego wykonawcy w zakresie wykonywania usług promocyjnych na rzecz miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów I-ligowych poprzez drużynę piłkarską, siatkarską, czy koszykarską, może nastąpić w trybie zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp.

II. Ponadto, uprzejmie informuję, iż w Urzędzie Zamówień Publicznych były prowadzone postępowania administracyjne, wszczęte na wniosek zamawiających występujących do Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych o zgodę na zastosowanie trybu zamówienia z wolnej ręki - na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp przy udzielaniu zamówień na usługi promocyjne na rzecz lokalnych drużyn sportowych, w wyniku których wydawane były pozytywne decyzje administracyjne.

Jednocześnie, uprzejmie informuję, iż zamawiający – Miasto Bydgoszcz w minionym okresie przestał do Urzędu Zamówień Publicznych zawiadomienia o wszczęciu postępowań o udzielenie zamówienia publicznego w trybie zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a ustawy Pzp przy udzielaniu zamówienia na usługi promocyjne na rzecz lokalnych drużyn sportowych w trzech postępowaniach (I – „Wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów piłkarskich I ligi poprzez drużynę piłkarską seniorów WKS Zawisza Bydgoszcz S.A. podczas rundy wiosennej 2012 r.; II - „Wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów piłkarskich I ligi poprzez drużynę piłkarską seniorów WKS Zawisza Bydgoszcz S.A. podczas rundy jesiennej 2012 r.; III - „Wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta Bydgoszczy podczas organizacji meczów piłkarskich I ligi poprzez drużynę piłkarską seniorów WKS Zawisza Bydgoszcz S.A. podczas sezonu 2012/2013 w rundzie wiosennej 2013 r.). W żadnej z ww. spraw nie została wszczęta kontrola zamówienia publicznego.





21.10.2014
KOORDYNATOR ZESPOŁU
Adrian Górnicki
Audytorka
Audytorka Wewnętrzna
NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Komisja Rozstrzygająca

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY
ZESPÓŁ AUDYTU I KONTROLI

wpl. dnia 21.10.2014
nr wpływu 93116/295
ilość załączników

KPK/KPO-415-144/2014

Warszawa, dnia 16. lipca 2014 r.

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY
SEKRETARZ MIASTA

wpl. dnia 23.07.2014
nr wpływu 93116/4864

SEKRETARZ MIASTA
Pan Rafał Bruski
Prezydent Miasta Bydgoszczy
ul. Jezuicka 1
85-102 Bydgoszcz

ZAK
180914

Stosownie do § 12 ust. 1 zarządzenia nr 16 Prezesa Najwyższej Izby Kontroli z dnia 25 maja 2012 r. w sprawie rozpatrywania zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego, przesyłam uchwałę Zespołu Orzekającego Komisji Rozstrzygającej w Najwyższej Izbie Kontroli z dnia 23 czerwca 2014 r. w sprawie zastrzeżeń zgłoszonych przez Pana Prezydenta do wystąpienia pokontrolnego z dnia 9 maja 2014 r. (znak: LBY-4101-001-02/2014), skierowanych w związku z kontrolą „Działania promocyjne wybranych miast na prawach powiatu”, która kończy postępowanie odwoławcze w tej sprawie.

Załącznik:

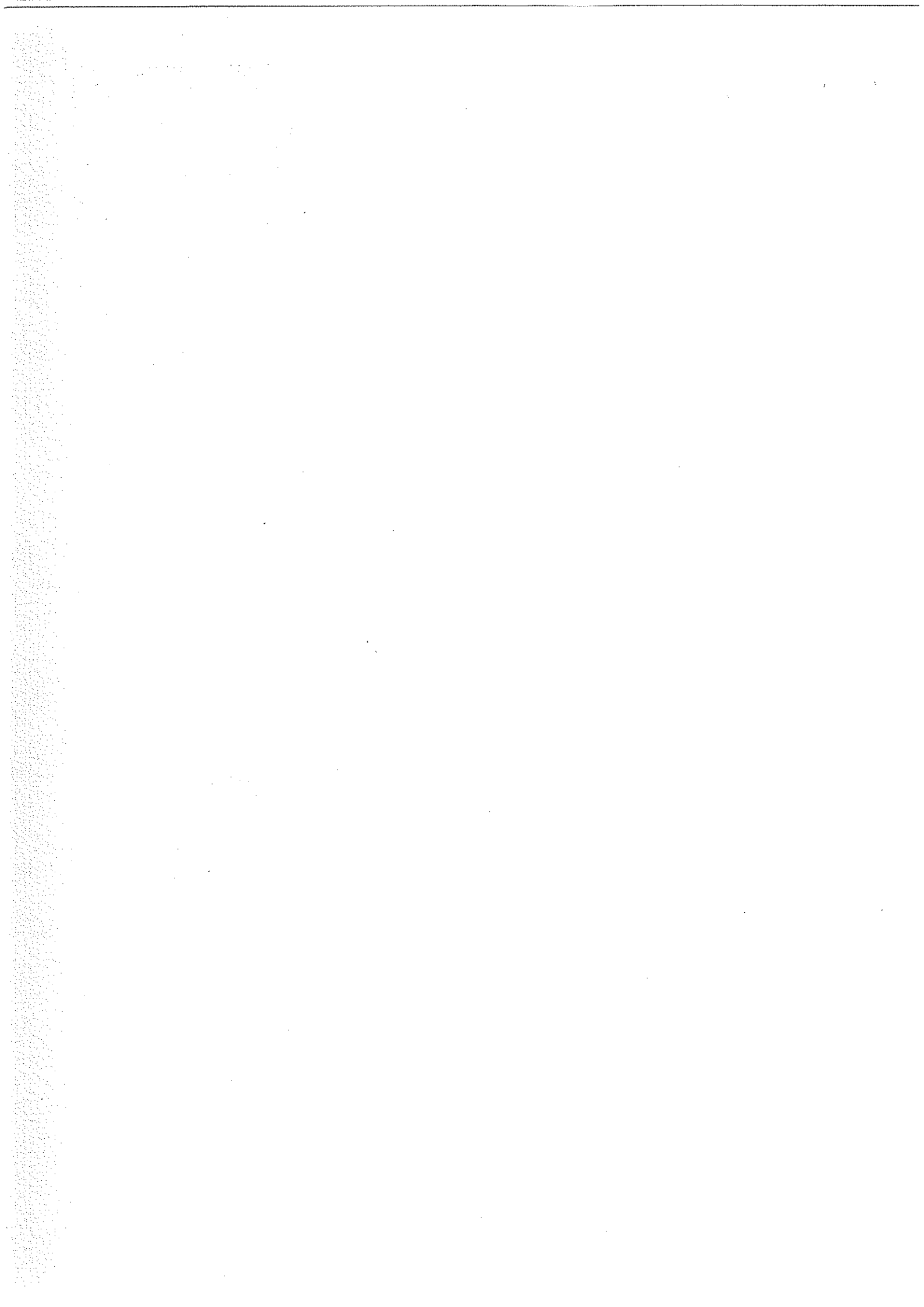
Uchwała z dnia 23 czerwca 2014 r.

Przewodniczący
Zespołu Orzekającego
Andrzej Górny
doradca prawny
w Departamencie Prawnym
i Orzecznictwa Kontrolnego

Pr
→ Sekretarz
PREZYDENT MIASTA
22.07.14

URZĄD MIASTA BYDGOSZCZY
SEKRETARZ MIASTA

wpl. data 22.07.2014
nr wpływu 950
ilość załączników szt.





NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI
Komisja Rozstrzygająca

KPK/KPO-415-144/2014

Warszawa, dnia 23 czerwca 2014 r.

UCHWAŁA

Zespół Orzekający


Komisji Rozstrzygającej w Najwyższej Izbie Kontroli

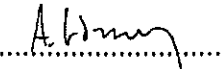
w składzie:

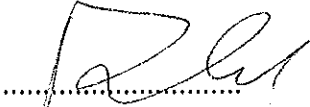
Przewodniczący:	Andrzej Górny	–	doradca prawny w Departamencie Prawnym i Orzecznictwa Kontrolnego
Członkowie:	Maria Szymańska	–	doradca prawny w Departamencie Prawnym, i Orzecznictwa Kontrolnego
	Tomasz Zaborek	–	specjalista k.p. w Departamencie Prawnym i Orzecznictwa Kontrolnego
przy udziale protokolanta:	Magdaleny Krukowskiej	–	starszego referenta w Departamencie Prawnym i Orzecznictwa Kontrolnego

po rozpatrzeniu na posiedzeniu jawnym w dniu 23 czerwca 2014 r., w trybie art. 61a ust. 5 i 6 oraz 61 ust. 1 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli (Dz. U. z 2012 r., poz. 82 ze zm.), zastrzeżenia zgłoszonego przez Prezydenta Miasta Bydgoszczy do wystąpienia pokontrolnego z dnia 9 maja 2014 r. (Nr LBY-4101-001-02/2014), skierowanego w związku z przeprowadzoną w Urzędzie Miasta Bydgoszczy kontrolą „Działania promocyjne wybranych miast na prawach powiatu”:

oddalił zastrzeżenie.


.....
Maria Szymańska


.....
Andrzej Górny


.....
Tomasz Zaborek

UZASADNIENIE

Najwyższa Izba Kontroli – Delegatura w Bydgoszczy przeprowadziła w Urzędzie Miasta Bydgoszczy kontrolę: „Działania promocyjne wybranych miast na prawach powiatu”.

Ustalony w toku kontroli stan faktyczny i ocena kontrolowanej działalności, a także uwagi i wnioski w sprawie stwierdzonych nieprawidłowości zawarte zostały w wystąpieniu pokontrolnym z dnia 9 maja 2014 r. (Nr LBY-4101-001-02/2014), do którego Prezydent Miasta Bydgoszczy w piśmie z dnia 26 maja 2014 r. zgłosił jedno zastrzeżenie.

Zastrzeżenie dotyczyło opisanej w obszarze trzecim kontrolowanej działalności (str. 16 i 18 wystąpienia pokontrolnego) nieprawidłowości, polegającej na udzielaniu w trybie z wolnej ręki - pomimo braku ustawowych przesłanek - zamówień publicznych na usługi promujące Miasto Bydgoszcz przez drużyny sportowe i związanego z tą nieprawidłowością wniosku pokontrolnego o zaniechanie praktyki udzielania zamówień publicznych na wykonywanie usług promocyjnych na rzecz Miasta w trybie z wolnej ręki w przypadku niewystępowania przesłanek do zastosowania tego trybu.

W **zastrzeżeniu** Prezydent Bydgoszczy wniósł o wykreślenie z wystąpienia opisanej wyżej nieprawidłowości i wynikającego z niej wniosku pokontrolnego. Wskazał, iż udzielając zamówień opierał się na opinii Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych. Jednocześnie poinformował, że „nie zastosuje się do zaleceń i uwag NIK i nie zaniecha praktyk udzielania zamówień w trybie z wolnej ręki na usługi promocyjne poprzez sport, z uwagi na jednoznaczną opinię Prezesa UZP”.

Przedstawiając swoje stanowisko Prezydent Bydgoszczy podniósł m.in., że:

- 1) ocena NIK dokonana została w oderwaniu od przedłożonej kontrolującemu opinii prawnej Prezesa UZP z dnia 29 listopada 2013 r. co do legalności i prawidłowości stosowania trybu zamówienia z wolnej ręki w przedmiocie wykonywania usług promocyjnych na rzecz Miasta podczas organizacji meczy I - ligowych poprzez drużyny: piłkarską, siatkarską i koszykarską. Opinia ta w zakresie legalności zastosowania trybu zamówienia z wolnej ręki dotyczyła przesłanki z art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a Prawa zamówień publicznych¹, a Prezes UZP jest organem merytorycznie właściwym w sprawach interpretacji przepisów dotyczących zamówień publicznych;
- 2) kontrolujący w wystąpieniu pokontrolnym nie odniósł się do ww. opinii i tym samym potraktował stanowisko Prezesa UZP jako nieistotne i bez znaczenia. Oceny legalności i prawidłowości przeprowadzania postępowania o udzielenie zamówienia publicznego kontrolujący powinien dokonać w oparciu o przepisy Prawa zamówień publicznych, jak i o ich interpretację dokonaną przez organ powołany m.in. do tych celów;
- 3) promowanie Miasta podczas meczy ligowych poprzez jedyny I-ligowy zespół piłkarski, siatkarski czy koszykarski istniejący w danym czasie na lokalnej arenie sportowej, zapewniający silne skojarzenia z Miastem, jest szczególnym rodzajem usług promocyjnych, w przypadku których spełnione są przesłanki uzasadniające udzielenie zamówienia w trybie z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt. 1 lit. a Prawa zamówień publicznych;

¹ Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (dz. U. z 2013 r., poz. 907 ze zm.),

4) niemożność wykonania zamówienia przez inny podmiot niż lokalny klub sportowy, ze względu na fakt rozgrywania meczów I-ligowych i posiadanie drużyny sportowej jest definiowana przez Prezesa UZP jako względy techniczne, niemożliwe do zrealizowania przez innego wykonawcę, a niemożliwość ta ma charakter stały i nieprzewidywalny;

5) udzielenie zamówienia na usługi promocji Miasta poprzez drużynę sportową innemu wykonawcy, który nie jest w stanie go wykonać, gdyż nie dysponuje własną I ligową drużyną sportową i ostatecznie musiałby podzielić wykonanie takich usług konkretnemu klubowi sportowemu, byłoby sprzeczne z zasadą gospodarnego wydatkowania środków publicznych.

Zespół Orzekający oddalił zastrzeżenie.

W ocenie Zespołu Orzekającego zastrzeżenie nie zasługuje na uwzględnienie.

Miasto Bydgoszcz w okresie objętym kontrolą udzielało lokalnym klubom sportowym zamówień publicznych na usługi promocyjne w trybie z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych. Zgodnie z treścią tego przepisu zamawiający może udzielić zamówienia z wolnej ręki, jeżeli dostawy, usługi lub roboty budowlane mogą być świadczone tylko przez jednego wykonawcę z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. W celu właściwej interpretacji tego przepisu należy w pierwszej kolejności podkreślić, że ma on charakter wyjątkowy w stosunku do zasady wyrażonej w treści art. 10 ust. 1 Prawa zamówień publicznych, zgodnie z którą podstawowymi trybami udzielania zamówienia są przetarg nieograniczony oraz przetarg ograniczony. A zatem udzielanie zamówień publicznych w trybie z wolnej ręki musi opierać się na ścisłej wykładni przesłanek pozwalających na zastosowanie tego trybu oraz nie może prowadzić do rozszerzającej wykładni treści art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych. Wykorzystanie tej podstawowej reguły interpretacyjnej przy językowo-logicznej wykładni treści w/w przepisu (*exceptiones non sunt extendendae*) nie budzi żadnych wątpliwości w orzecznictwie², ani w piśmiennictwie³. Także Urząd Zamówień Publicznych podkreśla konieczność ścisłej interpretacji przesłanek pozwalających na udzielenie zamówienia publicznego na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych. Konieczność owej ścisłej interpretacji treści w/w przepisu odnosi się przede wszystkim do dwóch przesłanek, które zostały w nim wyartykułowane.

Przesłankami tymi, w odniesieniu do usług, są:

- możliwość ich świadczenia tylko przez jednego wykonawcę oraz
- występowanie przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze.

W orzecznictwie⁴ oraz w piśmiennictwie⁵ nie ma większych kontrowersji co do rozumienia przesłanki możliwości świadczenia tylko przez jednego wykonawcę. Przyjmuje się, że przesłanka ta odnosi się do sytuacji, gdy w danym miejscu i czasie na rynku występuje tylko jeden wykonawca – monopolista świadczący danego rodzaju

² Zob. np. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 6 lipca 2001 r., sygn. III RN 16/01, opubl. w OSNP nr 22, poz. 657, czy wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 11 września 2000 r., sygn. II SA 2074/00.

³ Zob. np. P. Granecki, „Prawo zamówień publicznych. Komentarz.”, wyd. C.H. Beck, Warszawa 2007 r., s. 217.

⁴ Zob. np. w/w wyrok Sądu Najwyższego z dnia 6 lipca 2001 r., sygn. III RN 16/01, opubl. w OSNP nr 22, poz. 657, czy wyrok Krajowej Izby Odwoławczej z dnia 22 lipca 2013 r., sygn. KIO 1636/13.

⁵ J. Nowicki, Komentarz do art. 67 ustawy – Prawo zamówień publicznych; komentarz dostępny w bazie Lex.

usługi. Monopol ten musi mieć charakter obiektywny, trwały i nieprzewycięzalny. Omawiana przesłanka nie dotyczy natomiast sytuacji, w której w danym miejscu i czasie na rynku istnieje dwu lub więcej wykonawców mogących świadczyć zamawiane usługi oraz sytuacji, gdy zamawiający w swoim subiektywnym przekonaniu przyjmuje, że tylko dany wykonawca zrealizuje zamówienie najlepiej, lub cieszy się największym zaufaniem lub uznaniem zamawiającego czy rynku. Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że występowanie przesłanki możliwości świadczenia tylko przez jednego wykonawcę dotyczy wyłącznie sytuacji, gdy taka istnieje z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. Zatem wymienione wyżej przesłanki udzielenia zamówienia publicznego w trybie z wolnej ręki muszą być spełnione łącznie. Innymi słowy, w sytuacji, gdy na danym rynku mamy do czynienia tylko z jednym wykonawcą, który może świadczyć danego typu usługę z przyczyn innych niż techniczne (np. faktyczne, ekonomiczne, organizacyjne, historyczne, itp.), art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych nie może stanowić podstawy do udzielenia zamówienia publicznego w trybie z wolnej ręki. A zatem prawidłowe odczytanie treści art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a omawianej ustawy musi uwzględniać występowanie, interpretowanych zawężająco, okoliczności istnienia monopolu, o charakterze trwałym, i nieprzewycięzalnym, który istnieje z przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze. Pojęcie przyczyn technicznych należy interpretować językowo. Słownik języka polskiego⁶ pod pojęciem „techniczny” rozumie „odnoszący się do techniki, stosowany w technice, wchodzący w zakres techniki, zajmujący się techniką”. Zaś pod pojęciem „technika” wspomniany Słownik wskazuje „dział cywilizacji i kultury obejmujący środki materialne i umiejętności posługiwania się nimi, umożliwiające człowiekowi celową działalność gospodarczą i opanowanie przyrody”. A zatem będą to przyczyny związane z zagadnieniami technicznymi sensu stricto. Do przyczyn tych orzecznictwo zalicza np. posiadanie tylko przez jednego wykonawcę infrastruktury technicznej (np. gazowej, wodociągowej, kanalizacyjnej, itp.), czy posiadanie tylko przez jednego wykonawcę szczególnych kwalifikacji, sprzętu lub innego wyposażenia. Jednocześnie w orzecznictwie wyraźnie podkreśla się, że względy gospodarcze i organizacyjne, czy też skomplikowany charakter zamówienia nie mogą stanowić wystarczającej podstawy do udzielenia zamówienia z wolnej ręki na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych. Taką przesłanką nie są także względy ekonomiczne. Warto podkreślić, że Sąd Okręgowy w Warszawie w wyroku z dnia 3 sierpnia 2012 r. (sygn. V Ca 1281/12) doszedł do wniosku, że nawet sytuacja, w której istnieje bezprzedmiotowość zastosowania trybu przetargowego (w tym przypadku ze względów ekonomicznych), nie jest to przesłanką do zastosowania trybu z wolnej ręki (sprawa dotyczyła zamówienia na świadczenie usług pocztowych, gdzie operatorzy niepubliczni nie mieli szans na złożenie ofert korzystniejszych niż operator publiczny, z uwagi na nałożony na nich ustawowo wymóg świadczenia usług po cenach minimalnych). Mając na uwadze powyższe należy stwierdzić, że jedynie trwały i nieprzewycięzalny monopol wykonawcy usługi, który to monopol istnieje z powodów technicznych o obiektywnym charakterze, pozwala zamawiającemu na zastosowanie trybu z wolnej ręki, na podstawie art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych.

Odnosząc powyższe rozważania do stanu faktycznego, który został opisany w wystąpieniu pokontrolnym, należy wskazać, że w postępowaniach prowadzonych w Urzędzie Miasta w Bydgoszczy, których przedmiotem było

⁶ „Słownik języka polskiego”, praca zbiorowa pod red. M. Szymczaka, wyd. PWN, Warszawa 1998 r., tom III, s. 451.

świadczenie usług promocyjnych, nie wystąpiły przyczyny techniczne o obiektywnym charakterze pozwalające na zastosowanie trybu z wolnej ręki. Poważne wątpliwości budzi także wystąpienie w tych postępowaniach przesłanki możliwości świadczenia tego typu usług tylko przez jednego wykonawcę.

Z wyjaśnień udzielanych przez pracowników Urzędu Miasta w Bydgoszczy wynika, że przesłanką, z powodu której zdecydowano się na udzielanie zamówień publicznych na usługi promocyjne w trybie z wolnej ręki, nie były przyczyny techniczne o obiektywnym charakterze, a względy organizacyjne, faktyczne (występowanie drużyn z Bydgoszczy w danej klasie ligowej), historyczne (związanie klubów bydgoskich z tym Miastem) oraz psychologiczne (silna identyfikacja lokalnej społeczności kibiców z klubami z Bydgoszczy). Wszystkie te przyczyny, jakkolwiek logiczne i opierające się na przekonaniu o najbardziej celowym sposobie dokonania zamówienia, zupełnie abstrahują od konieczności oparcia trybu z wolnej ręki na przyczynie technicznej o obiektywnym charakterze. Tymczasem, jak już zostało to wyżej zaznaczone, wszelkie inne względy pozatechniczne lub samo przekonanie zamawiającego o tym, że dany wykonawca jest jedynym, który ze względu na jego sytuację faktyczną, czy szczególny stosunek łączący go z zamawiającym, jest w stanie wykonać zamówienie, nie stanowi dostatecznej podstawy do przyjęcia, iż istnieje podstawa do zastosowania art. 67 ust. 1 pkt 1 lit. a Prawa zamówień publicznych. Wątpliwe jest także twierdzenie, że przedmiotowe usługi może wykonywać tylko jeden wykonawca. Zdaniem Zespołu Orzekającego dowolny podmiot (np. wyspecjalizowane agencje reklamowe) może świadczyć na rzecz Miasta Bydgoszcz usługi promocyjne polegające na ekspozycji logo tego Miasta na strojach sportowych, biletach, czy bandach elektronicznych opasających boisko, lub tablicach informacyjnych wykorzystywanych podczas konferencji prasowych. Jedyną częścią przedmiotu zamówienia, która może wskazywać na możliwość realizacji usług promocyjnych tylko przez jednego wykonawcę z Bydgoszczy jest wykorzystywanie nazwy Bydgoszcz, jako stałego i integralnego elementu w oficjalnej nazwie wykonawcy (np. Polonia Bydgoszcz, czy Zawisza Bydgoszcz). Wydaje się jednak, że cecha ta tylko pozornie decyduje o występowaniu przesłanki możliwości świadczenia przez jednego wykonawcę. Należy bowiem zwrócić uwagę na brak świadczenia w tym zakresie ze strony wykonawcy; posługiwanie się nazwą „Bydgoszcz”, jako stałego i integralnego elementu w oficjalnej nazwie wykonawcy, miało miejsce przed zawarciem umowy i będzie miało miejsce po jej wygaśnięciu. Posługiwanie się tą nazwą jest niezależne od udzielenia takiemu wykonawcy zamówienia publicznego. Wątpliwe jest zatem, czy w odniesieniu do takiej sytuacji mamy w ogóle do czynienia z usługą w rozumieniu art. 2 pkt 10 Prawa zamówień publicznych. Niezależnie od tej wątpliwości, nawet gdyby przyjąć, że zachodzi jednak przesłanka możliwości świadczenia tego typu usługi tylko przez jednego wykonawcę, to i tak, jak już zostało wyżej zaznaczone, nie występuje w omawianym przypadku druga przesłanka warunkująca możliwość skorzystania z trybu z wolnej ręki, tj. przesłanka występowania przyczyn technicznych o obiektywnym charakterze.

Przedstawione powyżej argumenty stanowią poniekąd ustosunkowanie się do stanowiska Prezesa UZP. Należy przy tym zwrócić uwagę, że Prezes UZP nie ma uprawnień do wydawania powszechnie obowiązującej wykładni przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych a jego stanowisko jest jedną z wielu dopuszczalnych interpretacji. Z kolei przedłożone na posiedzeniu orzeczenie Regionalnej Komisji Orzekającej w Sprawach

techniczne
- tylko jeden wykonawca w Bydgoszczy

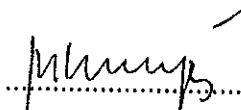
Nieobowiązkowo
222
nie ma
do 1000
i tak
nawet
itp.

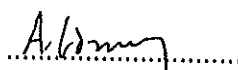
podobnie jak NIK!


o Naruszenie Dyscypliny Finansów Publicznych Nr RIO/KO/4111/11/2014 z dnia 24 kwietnia 2014r. w swym uzasadnieniu oparte jest na ww. stanowisku Prezesa UZP.

Mając powyższe na uwadze, orzeczono jak w sentencji uchwały.

Od uchwały odwołanie nie przysługuje.


.....
Maria Szymańska


.....
Andrzej Górny


.....
Tomasz Zaborek