

Protokół posiedzenia
Komisji Dialogu Społecznego
Rady Miasta Gliwice kadencji 2024-2029
w dniu 27 stycznia 2025 r., godz. 18.00

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska otworzyła posiedzenie Komisji, powitała gości i radnych, stwierdziła kworum i zaproponowała przyjęcie następującego porządku obrad:

1) Promocja i budowa marki miasta Gliwice.

2) Plan pracy Komisji na 2025 r.

3) Sprawy bieżące.

Nie zgłoszono uwag do zaproponowanego porządku obrad.

W posiedzeniu udział wzięli: prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka, zastępca prezydenta Miasta Łukasz Gorczyński, dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć oraz mieszkańcy miasta.

Ad 1) Promocja i budowa marki miasta Gliwice.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska poprosiła o przedstawienie informacji dotyczącej budowy marki i promocji miasta Gliwice. Podkreśliła również, że widoczna jest większa liczba dystrybuowanych gadżetów promocyjnych, a także większa promocja Piasta Gliwice i zapytała, czy są jeszcze podejmowane jakieś inne działania.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka wyjaśniła, że promocja to cały zestaw działań, których celem jest prezentacja miasta w określonych okolicznościach. Planowane jest odejście od dystrybucji gadżetów niskiej jakości. Nowe gadżety nawiązywać będą wprost do marki miasta, nad budową której aktualnie trwają prace, dlatego trudno w tym momencie wskazywać konkretnie, jakie one będą. Już teraz wykorzystywany jest jednak potencjał miejski, dlatego też zapadła decyzja, aby sięgać po wyroby warsztatowe, przygotowywane przez gliwickie podmioty, takie jak np. Środowiskowy Dom Samopomocy. Rozpoczęto już prace nad budową marki miasta. Jej celem jest wyeksponowanie tego, co powoduje, że miasto staje się konkurencyjne w wielu obszarach. Na razie są to początkowe prace, które wykazały, że najbardziej rozpoznawalnymi symbolami miasta są: Piast Gliwice, Radiostacja oraz Politechnika Śląska, przy czym zauważalna jest znaczna przewaga tego pierwszego. Praca nad marką i brandem miasta będzie długa, ale pozwoli stworzyć atrakcyjną ofertę – w tym także dla przedsiębiorców. Prace obejmą zidentyfikowanie oczekiwań mieszkańców miasta, a także określenie, w jaki sposób Gliwice postrzegane są z zewnątrz. Na bazie wszystkich wspomnianych działań podmiot zewnętrzny przygotowuje propozycję rozwiązań. W trakcie jej budowy planuje się przeprowadzenie jak najszerszego zakresu prac własnymi siłami. Ponadto grupa ekspertów przeprowadzi szkolenie pracowników Urzędu Miejskiego tak, aby część wiedzy pozostała w organizacji, gdyż budowa marki i strategii promocji miasta nie są jednorazowym działaniem.

Zastępca prezydenta miasta Łukasz Gorczyński dodał, że działania te mają wiele wymiarów. Ważna jest także grupa odbiorców. Miasto chce dotrzeć do jak największej liczby mieszkańców i zaangażować ich w prowadzone prace. Ważna jest spójność, stąd też potrzeba zbudowania marki miasta. Przykładem podmiotu, który (w porównaniu do innych instytucji miejskich) cechuje się większą spójnością wizualną z miastem jest Piast Gliwice. Natomiast w przypadku np. Centrum Kultury Victoria. Wiele osób nie ma świadomości, że jest to instytucja miejska. Aktualnie prowadzone są prace nad stworzeniem obrazu całości tego zagadnienia, popartego wynikami przeprowadzonych zadań.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka poprosiła o przekazywanie ewentualnych uwag, ponieważ niezwykle ważne jest poznanie różnych poglądów na ten obszar. Wszystkie działania mają służyć zwiększeniu konkurencyjności Gliwic.

Zastępca prezydenta miasta Łukasz Gorczyński poinformował, że przygotowywane plany obejmują również ujednoczenie stron internetowych wszystkich miejskich jednostek oświatowych, aby więcej mieszkańców skutecznie docierało do znajdujących się na nich informacji.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska w kontekście działalności placówek oświatowych zauważyła, że ważny jest też profil na Facebooku, a trudno jest się obecnie zorientować w profilach tych jednostek.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka przyznała, że do tej pory w tym zakresie nie było żadnych zasad. Miasto czeka więc długi proces.

Radny Marcin Prokop przekazał, że budowanie brandu miasta powinno odbywać się za pomocą gliwickich rąk, przy założeniu postawienia na jakość.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że brand jest komponentem tworzenia marki miasta.

Radna Agnieszka Duda zapytała, jak miasto bada potrzeby w tym zakresie.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka poinformowała, że do tej pory przeprowadzone zostały dwa badania.

Dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć wyjaśnił, że stosowane są dwa rodzaje metodologii: jedna oparta na badaniu opinii mieszkańców miasta Gliwice, a druga na opinii mieszkańców Metropolii. Badania przeprowadzane są drogą internetową lub podczas bezpośredniej rozmowy. Raport z tych ankiet dostępny będzie pod koniec lutego br.

Radna Agnieszka Duda przekazała, że w okolicach zbiornika retencyjnego na Sikorniku, brakuje informacji o Wilczych Dołach.

Dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć dodał, że pytania zadawane podczas ankiety dotyczyły m.in. silnych i słabych stron miasta, oczekiwań mieszkańców wobec władz Gliwic, wizji rozwoju miasta itp. Pytania te miały charakter otwarty.

Radna Agnieszka Duda zapytała, w jaki sposób przeprowadzone zostało badanie.

Dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć odpowiedział, że zostało przebadanych ok. 300 osób. Wypełnienie kwestionariusza zajmuje ok. 20 minut.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zapytała, czy ankiety przeprowadzane były w różnych dzielnicach miasta.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że tak.

Radna Agnieszka Duda zauważyła, że do przeprowadzania tego rodzaju badań można wykorzystać także Miejski Serwis Informacyjny.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka wyjaśniła, że badanie wymaga zastosowania odpowiednich narzędzi, a za pomocą MSI można zrobić sondę a nie rzetelne badanie.

Dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć dodał, że bez pozyskania twardych danych nie da się rzetelnie ocenić sytuacji w mieście i wyciągnąć wniosków, a także – w konsekwencji - zbudować marki.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zapytała, czy na podstawie wyników tych badań będzie budowana strategia promocji miasta.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że także na podstawie badań.

Mieszkaniec miasta zapytał, czy jest planowane „przebrandowanie” spółek miejskich i czy były szacowane koszty całości zadań w zakresie promocji i budowy marki miasta Gliwice.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka poinformowała, że w dalszej perspektywie można pokusić się o takie działania, a także konsekwentnie oznaczać obiekty, ulice itd. Jest to jednak nieustanny i długotrwały proces. Nie jest możliwa wycena wszystkich działań, które mają bardzo daleką perspektywę. Bez wątplenia trzeba jednak zacząć od rzeczy prostych w zakresie brandu. Te działania będą podejmowane we współpracy z mieszkańcami, aby wiedzieli, że mają oni wpływ także i na ten obszar.

Dyrektor Wydziału Promocji i Komunikacji Społecznej Mariusz Kopeć dodał, że miasto liczy się z tym, że wiele spraw trzeba najpierw uporządkować. Dopiero wówczas mogą rozpocząć się prace udoskonalające. Obecnie na tej płaszczyźnie panuje chaos.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zauważyła, że Palmiarnia w Gliwicach jest słabo promowana.

Radny Andrzej Chodorowski zapytał, czy w zakresie komunikacji miasto Gliwice rozważa wprowadzenie tablic informacyjnych na drogach publicznych.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że jest to rozważane, jednak takie działanie musi wynikać z całej strategii.

Radny Marcin Prokop zapytał, czy hasło „Przyszłość jest tu” będzie nadal wykorzystywane.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka wyjaśniła, że hasło to jest nadal pozytywnie postrzegane. Dobrze łączy przyszłość i przeszłość, choć do tej pory historia nie była w Gliwicach eksponowana. Miasto ma być ciekawą opowieścią, a tę trzeba spiąć pewną klamrą. Połączenie przeszłości z przyszłością to dobry i ciekawy trop.

Zastępca prezydenta miasta Łukasz Gorkczyński uzupełnił, że kiedyś było także hasło: „Gliwice – stare miasto, nowy świat”. Aktualnie mieszkańcy identyfikują miasto jako stare w kontekście architektury, ale nie historii. Warto jest jednak wykorzystać historię Gliwic w duchu obecnych czasów. Przykładem mogą być wydarzenia w Radiostacji Gliwice - był to ówczesny „fake news”. Historia tego obiektu jest trudna.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka dodała, że jest wiele elementów oraz obiektów, które nie były i nie są eksponowane - np. dom Weichmanna. Należy szukać tego, co charakteryzuje i odróżnia Gliwice od innych miast i na tym budować markę miasta. Prace w tym zakresie właśnie trwają.

Radny Andrzej Chodorowski zaproponował, że może warto ujednoczyć znaki na drogach, każdy teraz wygląda inaczej.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że rwają prace nad aplikacją, która zagreguje wszystkie tego rodzaju elementy – tak, aby można było skupić w niej wszystkie informacje, co pozwoli na wygodne nawigowanie. Warto dodać, że przyszłość to raczej narzędzia informatyczne - odchodzi się stopniowo od kodów QR. Pojawia się wiele takich narzędzi, ale identyfikacja tradycyjna także jest istotna. Brakuje jednego spójnego systemu identyfikacji i nad tym wszystkim trzeba obecnie pracować.

Radny Andrzej Chodorowski zapytał o aplikację spajającą wszystkie działania i aktywności miejskie.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka wyjaśniła, że w tym zakresie także trwają prace, ale kończy się umowa z podmiotem zewnętrznym, który przygotował aplikację do Gliwickiej Karty Mieszkańca. Dodała też, że jest zwolennikiem tego, by program taki zabezpieczony był w ramach wewnętrznych możliwości miasta, ponieważ wówczas każda ewentualna modyfikacja nie będzie uzależniona od podmiotu zewnętrznego.

Zastępca prezydenta miasta Łukasz Gorczyński dodał, że pojawiły się pewne techniczne aspekty tego zagadnienia, nad którymi trzeba popracować.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka uzupełniła, że w ramach aplikacji dostępne mogą być także usługi komercyjne.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska poinformowała, że wielu mieszkańców nie wie, co to jest Karta Mieszkańca i jak się z niej korzysta i zaproponowała, aby zorganizować kawiarenkę obywatelską poświęconą temu tematowi. Widoczny jest aspekt edukacyjny tego rodzaju spotkań.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka zgodziła się i dodała, że obecnie Gliwicka Karta Mieszkańca nie posiada atrakcyjnej oferty

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zapytała, czy jest brane pod uwagę zamieszczanie napisów w języku śląskim.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że z badań wynika, iż miasto Gliwice nie ma charakteru śląskiego. Spośród miast ościennych znajduje się także na końcu listy pod kątem posługiwania się gwarą śląską. Pojawia się więc pytanie, czy jest to wartość dla gliwiczian. Niewątpliwie należy dbać o ten aspekt, jednak otwartym pozostaje pytanie, czy jest on najważniejszym elementem.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zasugerowała, że mogą to być przynajmniej małe elementy podkreślające śląskość.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka zapewniła, że jest gotowa do rozmów, ponieważ ten aspekt także należy przebadać. Wyniki spisu powszechnego pokazały, że w tym zakresie miasto odstaje od innych w regionie. Należy jednak podkreślić, że celem podejmowanych działań jest, aby to historia Gliwic oraz ciągły rozwój przemysłu przyciągały ludzi do miasta.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zapytała o modernizację Radiostacji Gliwice - czy są plany dotyczące tego terenu, a także wykorzystania obiektu wokół niego.

Zastępca prezydenta miasta Łukasz Gorczyński odpowiedział, że trwa spór formalno-prawny w związku z odwołaniem, które wniosło jedno z gliwickich stowarzyszeń i oczekiwane jest rozstrzygnięcie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, czy zaproponowany projekt może być realizowany. Problemem jest także to, że wynagrodzenie dla wykonawcy projektu nie może zostać wypłacone, dopóki nie będzie decyzji z Ministerstwa. Do momentu rozstrzygnięcia sporu miasto nie ma możliwości dalszego planowania tej inwestycji. Wysyłane już były ponaglenia do Ministerstwa Kultury, ale nadal brak odpowiedzi. Dalsze prace ze stroną społeczną będą więc mogły być prowadzone dopiero po rozstrzygnięciu sporu. Chodzi o to, by inwestycja została przeprowadzona w taki sposób, by nie utracić możliwości wpisania obiektu na listę UNESCO. Jest wola spotkania ze stroną społeczną i wypracowania nowej koncepcji. Nie można dopuścić, aby obiekt ten i tereny wokół uległy degradacji – jak to ma miejsce w przypadku Fabryki Drutu. Jednocześnie trzeba podkreślić, że unijne środki finansowe, z których mógłby zostać współfinansowany ten projekt, przepadają z każdym rokiem. Ponaglenia do Ministerstwa Kultury wysłała każda ze stron: strona społeczna, Urząd Miejski, a także wykonawca projektu. Trzeba jeszcze podjąć dyskusję, bo pojawiają się wątpliwości wokół przygotowanej koncepcji. Wykonawca projektu nadal chce współpracować i posiada możliwości, aby go przearanżować - także w związku z oczekiwaniami strony społecznej.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zauważyła, że temat promocji i budowy marki miasta można cyklicznie poruszać, prosząc o informację, na jakim jest etapie.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że na wstępnym etapie.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska zapytała, kiedy będą znane wyniki przeprowadzonych ankiet.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka wyjaśniła, że aby rozpocząć rozmowy z radnymi Rady Miasta i przedstawić zebrane materiały, w jej ocenie trzeba czekać mniej więcej do września br. Obecnie celem jest wypracowanie elementów identyfikacyjnych, a budowa marki i strategii promocji miasta to długotrwały proces.

Mieszkaniec miasta zapytał, gdzie aktualnie znajduje się punkt informacji turystycznej.

Prezydent miasta Katarzyna Kuczyńska-Budka odpowiedziała, że został przeniesiony do budynków przy Centrum Przesiadkowym, jednak był to błąd - trzeba go było zlokalizować w okolicach starówki.

Przewodnicząca Komisji Agnieszka Filipkowska podsumowała, że temat promocji i budowy marki miasta będzie powracał na posiedzeniach Komisji raz na pół roku.

Ad 2) Plan pracy Komisji na 2025 r.

Komisja ustaliła, że w 2025 r. zajmie się następującymi tematami:

1. Analiza polityki prorodzinnej na terenie Gliwic. Współpraca z organizacjami pozarządowymi w zakresie pomocy społecznej i polityki prorodzinnej.
2. Analiza współpracy Centrum 3.0 – Gliwickiego Ośrodka Działań Społecznych z gliwickimi organizacjami pozarządowymi.
3. Analiza obszarów dzielnic i możliwości ewentualnej zmiany granic.
4. Działalność i plan pracy Rady Seniorów Miasta Gliwice i Młodzieżowej Rady Miasta Gliwice.
5. Kierunki rozwoju partycypacji społecznej, formy wspierania dialogu społecznego na wszystkich szczeblach jednostek samorządu terytorialnego.
6. Analiza potrzeb rad dzielnic i formy współpracy.
7. Plan wdrożenia miejskiej aplikacji wielofunkcyjnej.
8. Współpraca z miastami partnerskimi.
9. Promocja i budowa marki miasta – kontynuacja.
10. Rozwój współpracy pomiędzy radami dzielnic oraz innymi podmiotami konsultacyjnymi.
11. Analiza wsparcia i polityki społecznej w kontekście osób ze szczególnymi potrzebami, współpraca z organizacjami pozarządowymi w tym obszarze.
12. Działalność Miejskiego Zespołu do Spraw Orzekania o Niepełnosprawności, ze szczególnym uwzględnieniem procedury wydawania kart parkingowych dla osób z niepełnosprawnością.
13. Działalność Straży Miejskiej.
14. Analiza procesu ustalania nowych form upamiętnień osób w Gliwicach.

Ad 3) Sprawy bieżące.

Komisja zapoznała się z następującymi dokumentami:

- a) Odpowiedź w sprawie organizacji kawiarenek obywatelskich (w aktach sprawy **BR.0012.35.13.2024**).

Komisja przyjęła do wiadomości i zwróci się do Zastępcy Prezydenta Miasta z prośbą o zorganizowanie kawiarenki obywatelskiej dotyczącej Gliwickiej Karty Mieszkańca.

- b) Pismo mieszkanki w sprawie rozwoju i promocji miasta Gliwice (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.

- c) Odpowiedź w sprawie honorowania gliwiczian, którzy walczyli o wolność z reżimem komunistycznym (w aktach sprawy **BR.0012.35.23.2025**) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- d) Odpowiedź na pytania dotyczące Gliwickiego Budżetu Obywatelskiego oraz Gliwickiej Inicjatywy Lokalnej (w aktach sprawy **BR.0012.35.4.2025**) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- e) Odpowiedź w sprawie lokalizacji nowych Punktów Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych (w aktach sprawy **BR.0012.35.14.2025**).

Komisja przyjęła do wiadomości i za jakiś czas powróci do tematu lokalizacji nowych Punktów Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych.

- f) Pismo Urbanisty Miasta w sprawie formy upamiętniania osób w Gliwicach – raport i propozycje zmian (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- g) Pismo Komisji Skarg, Wniosków i Petycji w sprawie skargi mieszkanki (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- h) Odpowiedź w sprawie nadania nazwy Rivendell drodze prywatnej (w aktach sprawy **BR.0012.35.21.2025**) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- i) Pismo w sprawie terminu Forum Lokalnych Liderów Społecznych (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- j) Analiza skarg, wniosków i petycji za IV kwartał 2024 r. (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.
- k) Uchwała Rady Dzielnicy Łabędy w sprawie stanowiska w sprawie propozycji zmian w Gliwickim Budżecie Obywatelskim (w zał.) – Komisja przyjęła do wiadomości.

(***)

Mieszkaniec miasta przekazał, że otrzymał odpowiedź od Zastępcy Prezydenta Miasta i na samym piśmie nie jest napisana formuła dotycząca zamieszczania kopii pisma w aktach. Dodatkowo, wyraził niezadowolenie z konieczności oczekiwania na rozpoczęcie Komisji na ławeczkach przed budynkiem Urzędu Miejskiego. Mieszkaniec przyznał, że pomylił godziny rozpoczęcia posiedzenia i był dużo wcześniej, co spowodowało, że nie został wpuszczony do budynku i musiał czekać na zewnątrz.

Komisja przyjęła do wiadomości uwagi mieszkańca i wyjaśniła, że przyjętym standardem jest zamieszczanie w aktach kopii pism wychodzących i zwróci się do właściwych służb Urzędu Miejskiego o przygotowanie miejsca oczekiwania na rozpoczęcie posiedzeń komisji.

(***)

Komisja przyjęła protokół posiedzenia Komisji z dnia 4 grudnia 2024 r.

(***)

Nie ustalono terminu kolejnego posiedzenia Komisji.

Na tym zakończono posiedzenie Komisji.

Protokołowała

(-) Katarzyna Golonka

Przewodnicząca Komisji
Dialogu Społecznego

(-) Agnieszka Filipkowska