



**NAJWYŻSZA IZBA KONTROLI**  
**DELEGATURA W LUBLINIE**

LLU.410.10.1.2024

**Pani**  
**Anna Kusiak**  
**Prezes Zarządu**  
**STOWARZYSZENIA SAMORZĄDÓW**  
**EUROREGIONU „BUG” w Chełmie**  
ul. Adama Mickiewicza 37  
22-100 Chełm

# WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

Kontrola P/24/003 – Realizacja „Wieloletniego Programu Współpracy Rozwojowej na lata 2021-2030.  
Solidarność dla rozwoju”

## Dane identyfikacyjne

|                                     |                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Jednostka kontrolowana              | Stowarzyszenie Samorządów Euroregionu „Bug” (dalej: SSE „BUG” lub Stowarzyszenie), 22-100 Chełm, ul. Mickiewicza 37.                                                                                 |
| Kierownik jednostki kontrolowanej   | Prezesem Zarządu Stowarzyszenia jest od 18 czerwca 2024 r. Anna Kusiak. Poprzednio, tj. od 2 lipca 2019 r. do 17 czerwca 2024 r. funkcję tę pełniła Magdalena Figura-Wrona.                          |
| Zakres przedmiotowy kontroli        | Realizacja zadań publicznych dotyczących współpracy rozwojowej.                                                                                                                                      |
| Okres objęty kontrolą               | Lata 2021-2024 (do 9 września, tj. do dnia zakończenia czynności kontrolnych) z wykorzystaniem dowodów sporządzonych przed tym okresem, jeżeli miały znaczenie dla oceny kontrolowanej działalności. |
| Podstawa prawna podjęcia kontroli   | Art. 2 ust. 3 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli <sup>1</sup> .                                                                                                            |
| Jednostka przeprowadzająca kontrolę | Najwyższa Izba Kontroli<br>Delegatura w Lublinie                                                                                                                                                     |
| Kontroler                           | Piotr Kwaśniak, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do przeprowadzenia kontroli nr LLU/97/2024 z 10 lipca 2024 r.<br>(akta kontroli str. 3-8)                                       |

## I. Ocena ogólna<sup>2</sup> kontrolowanej działalności

**OCENA OGÓLNA** NIK pozytywnie ocenia działalność Stowarzyszenia w zakresie realizacji zadań publicznych dotyczących współpracy rozwojowej.

**Uzasadnienie oceny ogólnej** Stowarzyszenie prawidłowo wydatkowało środki w ramach dwóch projektów (w tym jednego składającego się z dwóch modułów) dotyczących budowy marki gruzińskiego regionu Guria finansowanych przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych Rzeczypospolitej Polskiej (dalej: MSZ). Otrzymane z MSZ środki finansowe zostały wydatkowane zgodnie z zawartymi umowami na realizację dwóch ww. projektów i pozwoliły na terminowe osiągnięcie zakładanych efektów i rezultatów. Stowarzyszenie w terminie określonym w umowie wywiązało się z obowiązków sprawozdawczych oraz informacyjnych. Nie stwierdzono ponoszenia wydatków na cele niezwiązane z realizowanymi projektami. Zwrotu niewykorzystanych środków z otrzymanej dotacji dokonano terminowo na rachunek bankowy MSZ. Stowarzyszenie prowadziło wyodrębnioną dokumentację finansowo-księgową i ewidencję księgową dla poddanych badaniu projektów.

## II. Opis ustalonego stanu faktycznego oraz oceny częściowej<sup>3</sup> kontrolowanej działalności

OBSZAR

<sup>1</sup> Dz. U. z 2022 r. poz. 623, dalej: ustawa o NIK

<sup>2</sup> Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

<sup>3</sup> Oceny częściowe to oceny działalności w poszczególnych obszarach badań kontrolnych. Ocena częściowa może być sformułowana jako ocena pozytywna, ocena negatywna albo ocena w formie opisowej.

## 1. Realizacja zadań publicznych dotyczących współpracy rozwojowej.

Opis stanu faktycznego

**1.1.** W latach objętych kontrolą Stowarzyszenie realizowało dwa projekty z zakresu współpracy rozwojowej ze środków publicznych (jeden z nich był podzielony na dwa moduły), które były finansowane ze środków MSZ i były to następujące projekty:

- 1) *Marka turystyczna szansą wzmocnienia branży turystycznej Gurii oraz Euroregionu "Bug"*<sup>4</sup> – umowa nr DWR/PPR 2021/081/1/2021 zawarta z MSZ w dniu 10 września 2021 r. Wartość zadania i kwota udzielonej dotacji były równe i wyniosły 221 tys. zł. Na realizację projektu wykorzystano środki w wysokości 209,3 tys. zł (94,7%). Zgodnie z zawartą umową termin realizacji projektu określono od 1 kwietnia do 31 grudnia 2021 r. MSZ zaakceptowało sprawozdanie końcowe 17 marca 2022 r.;
- 2) *Guria - CELEBRATE LIFE. Opracowanie i wdrożenie strategii marki regionu Guria:*
  - Moduł 1<sup>5</sup> – umowa nr DWR/PPR/ 2022(jst) 004/3/2022 zawarta z MSZ w dniu 12 października 2022 r. Wartość zadania i kwota udzielonej i wykorzystanej dotacji były równe i wyniosły 254,6 tys. zł. Zgodnie z zawartą umową projekt miał być zrealizowany od 1 maja do 31 grudnia 2022 r. MSZ zaakceptowało sprawozdanie końcowe 10 marca 2023 r.;
  - Moduł 2<sup>6</sup> – umowa nr DWR/PPR 2022 (jst)/004/3/2023 zawarta z MSZ w dniu 30 marca 2023 r. Wartość zadania i kwota udzielonej i wykorzystanej dotacji były równe i wyniosły 286,6 tys. zł. Zgodnie z zawartą umową projekt miał być zrealizowany od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r. MSZ zaakceptowało sprawozdanie końcowe 28 lutego 2024 r.

Łączna wartość ww. projektów była równa kwocie udzielonej dotacji i wynosiła 761,5 tys. zł. Na ich realizację wydatkowano 749,8 tys. zł, tj. 98,5% otrzymanych środków. Nie w pełni wykorzystano środki dotacji na realizację pierwszego z ww. projektów, tj. nie wykorzystano części środków finansowych przeznaczonych na wyżywianie uczestników projektu.

(akta kontroli str. 9-260)

**1.2.** Głównym założeniem Projektu – Marka turystyczna z 2021 r. było podniesienie potencjału administracji oraz organizacji pozarządowych regionu Guria w Gruzji do rozwoju turystyki opartej na regionalnej marce turystycznej. Projekt był realizowany w partnerstwie polsko-gruzińskim. Partnerami były organizacje: gruzińskie *Centre for Participation and Collaboration – CPC* oraz *First Block* a także polska – *Centrum Współpracy Polska–Wschód*. Założenia projektu dotyczyły poszerzenia wiedzy teoretycznej i praktycznej wśród przedstawicieli samorządów, branży turystycznej oraz NGO<sup>7</sup> w zakresie tworzenia marki regionalnej jako instrumentu wdrażania polityki publicznej dotyczącej rozwoju i promowania turystyki oraz przekazanie polskiego doświadczenia w rozwoju marek turystycznych. W ramach projektu zaplanowano następujące działania: konferencję rozpoczynającą, cykl szkoleń z zakresu tworzenia i zarządzania marką turystyczną, seminarium dotyczące roli informacji turystycznej w rozwoju turystyki w regionie, wizytę studyjną przedstawicieli samorządów oraz NGO w Polsce, Festiwal najlepszych praktyk w zakresie produktu turystycznego, powołanie zespołu do spraw wdrażania marki Regionu Guria<sup>8</sup> oraz konferencję podsumowującą projekt.

<sup>4</sup> Dalej: Projekt – Marka turystyczna.

<sup>5</sup> Dalej: *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 1.*

<sup>6</sup> Dalej: *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 2.*

<sup>7</sup> Skrót od angielskiej nazwy "non governmental organisations" oznaczający organizacje pozarządowe.

<sup>8</sup> Który docelowo miał tą Marką zarządzać.

Projekt *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 1* był kontynuacją zrealizowanego w 2021 r. Projektu – Marka turystyczna, finansowanego ze środków MSZ przyznanych w ramach konkursu Polska Pomoc Rozwojowa. Został zrealizowany w partnerstwie polsko-gruzińskim. Partnerami były organizacje: gruzińska – *Centre for Participation and Collaboration – CPC* oraz polska – *Centrum Współpracy Polska–Wschód*. Celem głównym Projektu było podniesienie potencjału administracji samorządowej, przedsiębiorstw oraz NGO regionu Guria poprzez wsparcie polityk promujących zrównoważoną turystykę w oparciu o markę turystyczną regionu promującą dziedzictwo przyrodnicze oraz produkty lokalne, co powinno wpłynąć na możliwość tworzenia miejsc pracy. Cel projektu zdefiniowano poprzez: szczegółową analizę kapitału marki, opracowanie koncepcji produktów turystycznych oraz cykliczne spotkania zespołu zarządzania marką turystyczną. W ramach projektu zaplanowano zwiększenie znaczenia powstałego w 2021 r. zespołu zarządzania marką (jego członkami byli przedstawiciele: samorządów, branży turystycznej, organizacji pozarządowych, związanych z turystyką). Zgromadzony przez zespół materiał wykorzystano przy tworzeniu analizy kapitału marki turystycznej Gurii oraz koncepcji nowych produktów turystycznych tego regionu. W 2022 r. zaplanowano wizytę studyjną polskich ekspertów do Gurii oraz rewizytę grupy przedstawicieli regionu Guria w Polsce.

Projekt *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 2* to kontynuacja Modułu 1 oraz Projektu Marka turystyczna, realizowany w partnerstwie polsko-gruzińskim (partnerami były te same organizacje, które uczestniczyły w pierwszym module projektu). W zadaniu zaplanowano: opracowanie strategii marki turystycznej Gurii, prezentację obyczajów regionalnych jako potencjalnego produktu turystycznego, stworzenie koncepcji i realizacja kampanii promocyjnej, w tym działań w mediach społecznościowych (media tour dla dziennikarzy i blogerów) i na stronie internetowej oraz udział Marki Guria w Targach Turystycznych w Warszawie. W projekcie zaplanowano kontynuację pracy powstałego w 2021 r. zespołu zarządzania marką. Po zakończeniu Projektu, jego efektami miał zarządzać samorząd Ozurgeti<sup>9</sup>.

(akta kontroli str. 25-94, 108-210, 224-260)

**1.3.** Terminy realizacji powyższych zadań i terminy, w których ponoszono wydatki były zgodne z umowami zawartymi z MSZ.

(akta kontroli str. 12-24, 68-107, 189-223, 236-260)

Środki otrzymanej z MSZ dotacji na realizację dwóch skontrolowanych projektów zostały wydatkowane przez Stowarzyszenie zgodnie z przeznaczeniem w okresie wskazanym w umowie<sup>10</sup>, z wyjątkiem Projektu – Marka turystyczna, gdzie MSZ zakwestionowało kwotę 1,8 tys. zł (0,8%). Stwierdzono niezgodności w części finansowej sprawozdania końcowego. Koszty wykazane w „Zestawieniu dokumentów”, w pozycji 13.3 kosztów administracyjnych, w zakresie „kosztu zakupu Zoom Webinar 500 licencja AT-on dla Zoom Pro” dotyczyły częściowo usług wykraczających poza termin realizacji projektu określony w § 2 ust. 1 umowy dotacji, co stanowiło naruszenie zapisów jej § 4 ust. 1 pkt 1. Powyższa kwota wraz z odsetkami (2,03 zł) została terminowo zwrócona na rachunek bankowy MSZ.

Przy realizacji poddanych badaniu projektów przestrzegano wymogów dotyczących sposobu dokumentowania kosztów (np. przy umowach o pracę koszty wynagrodzeń dokumentowano kartami czasu pracy potwierdzającymi udział osób w realizacji projektu i listami płac ze wskazaniem kwot pochodzących z dotacji MSZ). W przypadku wydatkowania środków z dotacji w walucie gruzińskiej stosowano faktyczny kurs wymiany banku komercyjnego lub kantoru, według którego została przeprowadzona operacja kupna/sprzedaży waluty obcej – zgodnie z umowami dotacji. Dowody księgowe obcojęzyczne posiadały informacje o zastosowanym kursie

<sup>9</sup> Miasto w zachodniej Gruzji, stolica regionu Guria, siedziba gminy Ozurgeti.

<sup>10</sup> Badaniu poddano 245 dowodów księgowych – 100% wydatków.

wymiany walut na złoty polski, przeliczenie na złoty oraz opis w języku polskim umożliwiające ich prawidłową weryfikację. W badanej próbie nie stwierdzono przypadków wystąpienia podwójnego finansowania tych samych wydatków ze środków badanej dotacji i z innych źródeł. Faktury posiadały trwałe opisy, m.in. o źródle pochodzenia środków finansowych przeznaczonych na ich opłacenie. W przypadku zamówień na usługi i dostawy SSE „BUG” stosowało zasady uczciwej konkurencji.

(akta kontroli str. 12-24, 68-107, 189-223, 236-348)

**1.4.** Stowarzyszenie prowadziło wyodrębnioną dokumentację finansowo-księgową i ewidencję księgową dla badanych zadań, zgodnie z zasadami wynikającymi z ustawy z 29 września 1994 r. o rachunkowości<sup>11</sup>, w sposób umożliwiający identyfikację poszczególnych operacji księgowych. Wydatki zostały prawidłowo ujęte w ewidencji finansowo-księgowej. Wyodrębniono w niej rachunki: dla umów dotacji, kosztów realizacji projektów (z podziałem na koszty administracyjne i programowe) oraz przeznaczone na wpływ dotacji. Zasady księgowania środków dotacji w tym wykorzystywane konta zostały określone w Polityce rachunkowości.

(akta kontroli str. 293-347, 349-375)

**1.5.** Przesunięcia wydatków pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów przy realizacji zbadanych projektów były dokonywane zgodnie z postanowieniami umów dotacji, które stanowiły<sup>12</sup>, że dopuszcza się zmianę wysokości kosztów poszczególnych pozycji budżetowych oraz dodawanie nowych pozycji budżetowych, jeżeli jest to niezbędne do zrealizowania projektu, z zastrzeżeniem, że suma wydatków w kategorii kosztów administracyjnych wykazana w sprawozdaniu z wykonania projektu nie może być większa od sumy kosztów administracyjnych określonej w umowie. W przypadku projektów:

- Marka turystyczna wyniosły one 9,1 tys. zł, co stanowiło 4,1% kwoty dotacji określonej w umowie i dotyczyły m.in.: przesunięcia niewykorzystanych środków finansowych z wynajmu sali na potrzeby konferencji na tłumaczenie symultaniczne podczas szkoleń;
- *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 1* wyniosły 3,2 tys. zł, co stanowiło 1,2% kwoty dotacji i dotyczyły m.in. nowych pozycji budżetowych, takich jak: tłumaczenie tekstów na język gruziński, obsługa techniczna spotkania i poczęstunek dla jego uczestników;
- *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 2* wyniosły 7,5 tys. zł, co stanowiło 2,6% kwoty dotacji i dotyczyły m.in.: przesunięcia części honorarium zespołu obrzędowego z Polski i Gruzji na koszty podróży polskich dziennikarzy i blogerów.

Stowarzyszenie informowało MSZ o dokonanych przesunięciach wydatków pomiędzy poszczególnymi pozycjami kosztów.

(akta kontroli str. 68-94, 189-210, 236-260, 376-382)

**1.6.** Stowarzyszenie wywiązało się z obowiązków sprawozdawczych w ramach wykonania powierzonego zadania publicznego. Sprawozdania końcowe składane były terminowo (30 dni od dnia zakończenia realizacji projektu), a dane w nich wykazane były zgodne ze stanem faktycznym i ewidencją finansowo-księgową.

(akta kontroli str. 68-94, 189-210, 236-260, 349-367)

**1.7.** W ramach Projektu – Marka turystyczna niewykorzystana kwota 9,8 tys. zł (4,4%) dotacji została zwrócona na wskazany w umowie rachunek bankowy MSZ przed upływem 30 dni od dnia zakończenia realizacji projektu. Zgodnie z § 13 ust. 2 umowy dotacji, obowiązek zapłaty odsetek nie wystąpił. Niewykorzystane środki finansowe dotyczyły powstałych podczas realizacji projektu oszczędności,

<sup>11</sup> Dz. U. z 2023 r. poz. 120, ze zm.

<sup>12</sup> W § 5 każdej z umów dotacji.

które wynikały m.in. z niepełnego wykorzystania funduszy przeznaczonych na wyżywianie polskich uczestników konferencji otwierającej projekt<sup>13</sup>. Niewykorzystanie dotacji w pełnej kwocie nie wpłynęło na realizację zadania a zaplanowane działania zostały zrealizowane w całości, osiągnięto zaplanowane cele i rezultaty zadania.

W przypadku Projektu *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 1 i Moduł 2*, przyznane dofinansowanie wykorzystano w 100%.

(akta kontroli str. 68-94, 189-210, 236-260, 264-286)

**1.8.** Osiągnięte w wyniku realizacji badanych projektów cele i rezultaty były zgodne z zaplanowanymi w ofertach złożonych przez Stowarzyszenie do MSZ.

W przypadku Projektu – Marka turystyczna celem głównym było podniesienie potencjału administracji regionu Guria do promowania zrównoważonej turystyki w oparciu o regionalną markę turystyczną poprzez podniesienie wiedzy i umiejętności przedstawicieli administracji, NGO i przedsiębiorców z branży turystycznej w okresie 1 kwietnia do 31 grudnia 2021 r. Cel główny został osiągnięty poprzez działania prowadzące do realizacji celów szczegółowych, m.in.:

- szkolenie międzysektorowe zespołu do spraw wdrażania marki z zakresu budowania, wdrażania i zarządzania jakością, dzięki czemu nastąpiło zwiększenie wiedzy teoretycznej i praktycznej przedstawicieli samorządów oraz branży turystycznej regionu Guria z zakresu zarządzania marką turystyczną;
- seminarium na temat roli informacji turystycznej dla rozwoju turystyki w regionie i promowania marki, dzięki czemu nastąpiło podniesienie poziomu wiedzy pracowników punktów informacji turystycznej w miastach Ozurgeti, Lanchkhuti, Chokhatauri na temat ich roli i znaczenia w tworzeniu i wdrażaniu regionalnej marki turystycznej;
- konferencja, na której zostały zaprezentowane doświadczenia trzech polskich euroregionów: Beskidy, Karpacki Polska oraz Śląsk Cieszyński w zakresie tworzenia i zarządzania marką turystyczną, dzięki czemu nastąpiła poprawa znajomości polskich doświadczeń i dobrych praktyk w zakresie współpracy trzech sektorów w rozwoju turystyki wśród przedstawicieli samorządów oraz branży turystycznej regionu Guria;
- dwie konferencje o tematyce turystycznej dzięki czemu nastąpiła poprawa współpracy polsko-gruzińskiej w zakresie rozwoju strategii i polityk publicznych promujących zrównoważoną turystykę.

W efekcie realizacji projektu zostały osiągnięte następujące rezultaty:

- powołanie międzysektorowego zespołu do wdrażania marki turystycznej regionu Guria;
- wzrost poziomu wiedzy w zakresie: budowania marki turystycznej u 86 osób, wdrażania i zarządzania marką turystyczną u 21 osób, skutecznej współpracy trzech sektorów na rzecz rozwoju turystyki na obszarze u 134 osób;
- wzrost liczby osób, które nabyły wiedzę w zakresie skutecznego promowania produktu turystycznego u 200 osób;
- zawarcie dwóch porozumień polsko-gruzińskich podczas realizacji projektu na rzecz rozwoju turystyki;
- przygotowanie filmu promocyjnego i publikacja artykułów w prasie lokalnej dotyczących regionu Guria;
- przygotowanie raportu podsumowującego pracę zespołu do spraw wdrażania marki Guria.

Uzyskane rezultaty Projektu osiągnęły założony w ofertach poziom lub były od niego wyższe.

---

<sup>13</sup> W większości uczestniczyli w niej on-line.

W przypadku Projektu *Guria – CELEBRATE LIFE Moduł 1 i Moduł 2*, celem głównym było podniesienie potencjału administracji samorządowej, przedsiębiorców oraz NGO regionu Guria poprzez wsparcie wdrażania polityk promujących zrównoważoną turystykę w oparciu o markę turystyczną regionu promującą dziedzictwo przyrodnicze oraz produkty lokalne, co wpływa na możliwość tworzenia miejsc pracy. Cel główny został osiągnięty poprzez działania prowadzące do realizacji celów szczegółowych, m. in.:

- cykl warsztatów o tematyce: analiza kapitału marki Guria, aktywa zewnętrzne istniejące i promowane, diagnoza wizerunku marki, analiza aktywności marketingowej marki w Internecie i mediach, dzięki czemu nastąpiło zwiększenie wiedzy teoretycznej i praktycznej przedstawicieli administracji samorządowej, przedsiębiorców oraz NGO z zakresu kapitału marki turystycznej oraz jej wpływu na tworzenie miejsc pracy;
- zorganizowanie wizyty studyjnej 14 osobowej grupy przedstawicieli regionu Guria. Uczestnicy wizyty zapoznali się z polskim doświadczeniem w zakresie tworzenia produktu turystycznego, dzięki czemu nastąpiło zwiększenie wiedzy teoretycznej i praktycznej przedstawicieli administracji samorządowej, przedsiębiorców oraz NGO z zakresu tworzenia produktu turystycznego oraz promowania dziedzictwa przyrodniczego;
- opracowanie (z udziałem 20 osobowego zespołu zarządzającego marką, składającego się z przedstawicieli administracji samorządowej trzech samorządów regionu Guria Ozurgeti, Lanchkhuti, Chokhatauri) analizy kapitału marki turystycznej Guria oraz Koncepcji trzech produktów turystycznych Gurii, dzięki czemu nastąpiło podniesienie potencjału administracji samorządowej, przedsiębiorców, NGO w obszarze zarządzania marką poprzez stworzenie dokumentów w zakresie polityk promujących zrównoważoną turystykę;
- zorganizowanie wizyty studyjnej polskich ekspertów w Gruzji z władzami rządowymi i samorządowymi regionu Guria, na których został m.in. omówiony temat współpracy trzech sektorów w zakresie tworzenia i rozwoju marki turystycznej. W trakcie spotkania zostały przytoczone przykłady takiej współpracy w Polsce, dzięki czemu nastąpiło zwiększenie wiedzy przedstawicieli samorządów, biznesu, organizacji pozarządowych w zakresie współpracy trzech sektorów w tworzeniu i rozwoju marki turystycznej;
- zorganizowanie czterodniowego cyklu warsztatów dla 20 osobowego Zespołu zarządzania marką turystyczną. Tematami warsztatów były m.in.: identyfikacja wyzwań strategicznych marki turystycznej Guria na podstawie przeprowadzonych analiz z wykorzystaniem koncepcji produktów turystycznych, idea i pozycjonowanie marki Guria oraz opracowanie programu wdrożenia Strategii na bazie planu rocznego działań. W efekcie tych działań nastąpiło zwiększenie wiedzy teoretycznej i praktycznej przedstawicieli administracji samorządowej, przedsiębiorców oraz NGO z zakresu zarządzania marką, która ma wpływ na rozwój zrównoważonej turystyki;
- opracowanie Strategii Marki Turystycznej Guria na lata 2023-2026. Dokument ten powstał we współpracy Zespołu zarządzania marką turystyczną, przedsiębiorców branży turystycznej oraz NOG regionu Guria oraz polskiego eksperta. Zawiera on identyfikację wyzwań marki turystycznej Guria 2023-2026, w tym analizę aktualnej sytuacji w regionie Guria, potencjału zasobów i rekomendacje dla rozwoju turystyki w Gurii. Powyższe przyczyniło się do podniesienia potencjału administracji samorządowej, przedsiębiorców, NGO w obszarze zarządzania marką poprzez stworzenie dokumentów w zakresie polityk promujących zrównoważoną turystykę;

- zorganizowanie cyklu warsztatów o tematyce: Komunikacja marketingowa marki Guria, wytyczne komunikacyjne wynikające ze Strategii marki Guria, koncepcja kreatywna kampanii promocyjnej marki Guria, praca z mediami społecznościowymi na co dzień. Wpłynęło to na zwiększenie wiedzy teoretycznej i praktycznej przedstawicieli administracji samorządowej, przedsiębiorców oraz NGO z zakresu komunikacji marketingowej, która wpływa na rozwój zrównoważonej turystyki;
- stworzenie czterech filmów promujących region Guria, jego dziedzictwo przyrodnicze i produkty lokalne, w tym gurijską herbatę, gurijskie odmiany winorośli, gurijską polifonię, gurijską kuchnię, w tym chaczapuri „guruli”. Wyprodukowane filmy zostały umieszczone w mediach społecznościowych, na stronie internetowej<sup>14</sup>. Wykorzystany dzięki stworzonej i realizowanej kampanii promocyjnej regionalny potencjał przyczyni się do rozwoju branży turystycznej i tworzenia miejsc pracy;
- zorganizowanie Media tour dla dziennikarzy i blogerów w sposób umożliwiający poznanie nie tylko atrakcji turystycznych, a także przedsiębiorstw świadczących usługi turystyczne. Zaowocowało to dotarciem gurijskiej oferty turystycznej do szerokiej grupy osób nią zainteresowanych;
- stworzenie koncepcji i realizacji kampanii promocyjnej oraz działań w mediach społecznościowych, w trakcie realizacji którego powstały: Dokument analizy komunikacji marketingowej marki Guria, koncepcja kreatywna kampanii promocyjnej oraz Mediaplan dla działań w mediach społecznościowych. Po zakończeniu realizacji projektu dokumenty przekazano partnerowi gruzińskiemu, który we współpracy z trzema samorządami regionu Guria planuje stworzyć podmiot zarządzający marką. Dokumenty zostaną wykorzystane także w dalszych pracach nad rozwojem turystyki. W regionie będzie realizowany współfinansowany ze środków EU projekt pt. „Zielona Guria - wsparcie lokalnej demokracji oraz rozwoju terenów wiejskich dla zrównoważonego rozwoju”;
- stworzenie przez blogerów i dziennikarzy 15 promocyjnych artykułów o Gurii, które zawierały informacje o usługach turystycznych<sup>15</sup>. Na blogach podano adresy i kontakty do przedsiębiorstw świadczących usługi turystyczne, co umożliwia bezpośredni kontakt potencjalnych turystów zainteresowanych zwiedzaniem Gurii z przedsiębiorstwami branży turystycznej. Udział w Targach Turystycznych TT Warsaw przedstawiciela Zakładu eksperymentalnego Anaseuli oraz właściciela gospodarstwa agroturystycznego Avtandil Turkia, prezentacja gruzińskich produktów regionalnych, w tym herbaty umożliwiło dotarcie gurijskiej oferty turystycznej do ponad 20 tysięcy odwiedzających. Podjęte działania przyczyniły się do podniesienia potencjału administracji samorządowej, przedsiębiorców, NGO w zakresie zastosowania wypracowanych narzędzi marki turystycznej Guria.

W efekcie realizacji projektu zostały osiągnięte następujące rezultaty, m.in.:

- utworzono Zespół zarządzania marką turystyczną regionu Guria, w skład którego weszli przedstawiciele: administracji samorządowej trzech samorządów regionu, organizacji pozarządowych o profilu turystycznym, biznesu regionu Guria oraz instytucji kultury regionu;
- wzrost poziomu wiedzy w zakresie tworzenia produktów turystycznych i promowania dziedzictwa przyrodniczego oraz z zakresu kapitału marki turystycznej i jej roli dla rozwoju regionu u 88 osób;

<sup>14</sup> <https://www.youtube.com/@GURIACELEBRATELIFE>

<sup>15</sup> Np.: <https://bartekwpodrozy.pl/guria-gruzja-atrakcje-co-warto-zobaczyc-przewodnik/>;  
<https://podrozebezosci.pl/guria-atrakcje-co-warto-zobaczyc-zwiedzic-w-gurii-gruzja-przewodnik/>;  
<https://wesolowski.co/2023/09/02/guria-atrakcje-gruzja/>.

- zwiększyła się liczba osób, które nabyły wiedzę z zakresu promowania produktu turystycznego oraz dziedzictwa przyrodniczego o 100 osób;
- stworzono strategiczny dokument w zakresie polityk promujących zrównoważoną turystykę, która tworzy miejsca pracy oraz promuje lokalną kulturę, dziedzictwo przyrodnicze oraz produkty, pn. *Strategia marki turystycznej Guria 2023-2026*;
- stworzono dwa nowe dokumenty w zakresie polityk promujących zrównoważoną turystykę, która tworzy miejsca pracy oraz promuje dziedzictwo przyrodnicze oraz produkty i kulturę lokalną (pn.: *Kapitał marki turystycznej Guria* oraz *Koncepcja produktów turystycznych marki Guria*);
- wzrost poziomu wiedzy w zakresie zarządzania strategią marki u 20 osób;
- zwiększyła się o 20 liczba osób, które nabędą wiedzę z zakresu promowania produktu turystycznego w tym w mediach społecznościowych;
- wzrost poziomu wiedzy z zakresu komunikacji marketingowej u 20 osób;
- wzrosła do 15 liczba kampanii promocyjnych oraz relacji z wyjazdu do Gurii, wykonanych przez polskich i gruzińskich dziennikarzy i blogerów, promujących lokalne produkty i dziedzictwo przyrodnicze;
- utworzono stronę internetową promującą markę regionu Guria w językach gruzińskim, polskim i angielskim<sup>16</sup>.

Uzyskane rezultaty Projektu osiągnęły założone w ofertach poziomy lub były od nich wyższe.

(akta kontroli str. 108-210, 224-260, 383-403)

**1.9.** Stowarzyszenie wywiązało się z obowiązków prowadzenia działań informacyjnych związanych z badanymi projektami. W ramach ich realizacji stosowano przepisy rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 r. w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych<sup>17</sup> oraz Wytyczne dotyczące informowania o projektach oraz znakowania projektów realizowanych w ramach polskiej współpracy rozwojowej, stanowiące załącznik do umowy dotacji. Znak graficzny umieszczano np. na: stronie internetowej wykonawcy projektu, stronie informującej o projekcie a także w mediach społecznościowych, informacjach drukowanych lub zapisywanych na innych nośnikach, slajdach prezentacji multimedialnych, plakatach i banerach wykorzystywanych podczas konferencji i szkoleń oraz dokumentacji projektowej. Wywiązano się m.in. z obowiązku podawania informacji o źródle finansowania projektów, poprzez podawanie informacji na banerach, że *projekt był współfinansowany w ramach polskiej współpracy rozwojowej Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP*.

(akta kontroli str. 261-263, 383-405)

**1.10.** W ramach realizacji dwóch skontrolowanych projektów nie wystąpiły problemy mogące uniemożliwić zrealizowanie zaplanowanych działań lub osiągnięcie zaplanowanych celów.

(akta kontroli str. 264-286)

**1.11.** Projekt – Marka turystyczna nie był kontrolowany przez podmiot zewnętrzny. Projekt *Guria – CELEBRATE LIFE Moduł 1* był objęty monitoringiem MSZ i oceniony pozytywnie. Na podstawie § 11 ust. 4 umowy dotacji nr DWR/PPR 2022/jst/004/2023 z 30 marca 2023 r. Stowarzyszenie przekazało 6 sierpnia 2024 r. do MSZ dokumentację księgową projektu *Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 2*, w celu przeprowadzenia kontroli. Do dnia zakończenia kontroli SSE „BUG” nie otrzymało dokumentu potwierdzającego zakończenia kontroli.

<sup>16</sup> [guriatourism.com](http://guriatourism.com)

<sup>17</sup> Dz. U. poz. 953, ze zm.

(akta kontroli str. 264-286, 406)

**1.12.** W ramach badanych projektów, część zadań była wykonywana przy pomocy partnerów. Partnerzy nieodpłatnie pomagali w realizacji zadań na podstawie listów intencyjnych. Ich działania dotyczyły m.in.: organizacji pracy grup roboczych w projekcie oraz organizacji festiwalu promocji produktów lokalnych, a także pomocy przy realizacji wszelkich działań na terenie Gruzji, przygotowania i realizacji projektu, przygotowania wyjazdu studyjnego do Polski (Projekt Marka turystyczna); udziału w promocji projektu, organizacji wizyt studyjnych, organizacji konferencji oraz media tour dla dziennikarzy i blogerów z Polski i Gruzji, wsparcia przy organizacji udziału Marki Guria w TT Warsaw oraz organizacji seminarium na temat zastosowania nowych technologii w turystyce, pomocy w tłumaczeniu tekstów, organizacji spotkań cyklicznych zespołu zarządzania marką turystyczną (Projekt Guria - CELEBRATE LIFE Moduł 1 i Moduł 2).

(akta kontroli str. 407-417)

Stwierdzone  
nieprawidłowości

W działalności Stowarzyszenia w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

### III. Uwagi i wnioski

Wnioski

W związku z niestwierdzeniem nieprawidłowości Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje uwag ani wniosków.

### IV. Pozostałe informacje i pouczenia

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

Prawo zgłoszenia  
zastrzeżeń

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 w Lublinie. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 ustawy o NIK, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Lublin, dnia 13 września 2024 r.

Kontroler  
Piotr Kwaśniak  
Główny specjalista kontroli  
państwowej  
*/podpisano elektronicznie/*

p.o. Dyrektor  
Delegatury Najwyższej Izby Kontroli  
w Lublinie  
Edward Szempruch  
*/podpisano elektronicznie/*