

# RAPORT PÓŁROCZNY

DZIAŁALNOŚĆ

**AGENCJI ROZWOJU GDYNI SP. Z O.O.**

W OKRESIE STYCZEŃ – CZERWIEC 2010 ROKU



**CZERWIEC 2010**

Gdynia – miasto z morza i marzeń

miasto kreacji i dobrego wzoru

miejsce nowych idei

i wielkiej wiary

w ich sukces

## SPIS TREŚCI

<b>1. WSTĘP .....</b>	<b>3</b>
<b>2. PLAN ROCZNY AGENCJI NA 2010 ROK .....</b>	<b>9</b>
<b>3. ZESTAWIENIE PROJEKTÓW REALIZOWANYCH PRZEZ AGENCJĘ W PIERWSZYM PÓŁROCZU 2010 ROKU .....</b>	<b>11</b>
3.1. AKADEMIA MARKI MIEJSC.....	13
3.2. SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI .....	14
3.3. GDYŃSKI SZLAK MODERNIZMU .....	15
3.4. MUZEUM EMIGRACJI .....	16
3.5. MIĘDZYKRAJOWE FORUM GOSPODARCZE W GDYNI .....	16
3.6. MEMORANDUM GDYNI.....	16
3.7. GDYŃSKI INFO BOX.....	17
3.8. FOLDERY PROMOCYJNE MIASTA GDYNI .....	18
3.9. GDYNIA GRA JAZZ .....	18
3.10. WYSTAWA NA DWORCU GŁ. PKP W GDYNI.....	18
3.11. BEST PRACTICE GDYNIA .....	19
3.12. POZOSTAŁE PROJEKTY AGENCJI REALIZOWANE W PIERWSZYM PÓŁROCZU 2010 ROKU.....	20
3.13. PROJEKTY UNIJNE .....	21
<b>4. MEDIA O PROJEKTACH AGENCJI .....</b>	<b>24</b>
<b>5. PORÓWNANIE WARTOŚCI PROJEKTÓW REALIZOWANYCH PRZEZ AGENCJĘ W I PÓŁROCZU 2009 DO I PÓŁROCZA 2010.....</b>	<b>28</b>
<b>6. STRUKTURA ORGANIZACYJNA SPÓŁKI.....</b>	<b>30</b>

## 1. WSTĘP

Rok 2010 jest drugim rokiem działalności Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o.o.

Spółka w pierwszym półroczu, w okresie od stycznia do czerwca 2010 roku realizowała projekty wynikające z przyjętego przez RN „**Planu Działalności na rok 2010.**”

Projekty realizowane przez Agencję Rozwoju Gdyni są ponadto zgodne z następującymi przyjętymi dokumentami Spółki:

1. **Strategią Agencji Rozwoju Gdyni Sp. z o.o.**
2. **Kierunkami Rozwoju Spółki**
3. **Biznesplanem Spółki na lata 2010-2012**

Zgodnie ze Strategią Spółki w 2009 roku Agencja Rozwoju Gdyni Sp. z o.o. przyjęła „**Macierz projektów**” dla jasnego określenia obszarów aktywności oraz form działalności Spółki.

W związku z powyższym Agencja zaplanowała i realizuje poszczególne projekty i przedsięwzięcia w ramach przyjętej macierzy.

Poniższa tabela prezentuje stan realizacji projektów na pierwsze półrocze 2010 roku w „**Macierzy projektów**”.

Obszary/ Formy działań	Kultura	Turystyka	Sport i rekreacja	Nauka i innowacje	Wspieranie przedsiębiorczości	Przestrzeń publiczna	Ekorozwój i środowisko	Wizerunek miasta
Promocja Informacja	Opracowanie koncepcji Gdynńskiego Szlaku Modernizmu oraz jej wdrożenie Δ	Wdrożenie koncepcji Szlaku Kulinarnego – Centrum Gdyni ◊	Pozyskiwanie i współorganizowanie eventów sportowych promujących Gdynię Δ	Stworzenie portalu innowacyjna turystyka*	Szlak kulinarny Δ Event kulinarny ◊		Opracowanie projektu na rzecz ochrony środowiska „Słoneczna Gdynia” (Life+UE) *	Opracowanie i wdrożenie koncepcji zarządzania marką miasta Gdyni *
Badania, analizy, plany	Strategia rozwoju kultury dla Miasta Gdyni, Muzeum Emigracji Δ	Przygotowanie i opracowanie koncepcji badań dotyczących wizerunku miasta, ruchu turystycznego oraz jakości obsługi turysty Δ				Opracowanie koncepcji Systemu Informacji Miejskiej *	Opracowanie koncepcji projektu „Eko Gdynia” w tym koedukacja * (Life+)	Opracowanie koncepcji badań w zakresie monitoringu rozwoju miasta na tle innych miast *  Opracowanie koncepcji badań w zakresie ruchu turystycznego Δ

Edukacja		Szlak kulinarny Δ		Letnia Akademia Gdyni *	Projekt szkoleniowy UE „Moja firma – moje miejsce pracy” Δ			
Inwestycje	Opracowanie koncepcji utworzenia Muzeum Emigracji oraz Muzeum Żeglarstwa Δ			Przygotowanie koncepcji organizacyjnej przedsięwzięcia „Eko Park Gdynia” Θ		Opracowanie projektu rewitalizacji dworca PKP w Gdyni *		
Eventy, konferencje	Opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu „Letnia Akademia Gdyni” *  Opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu „Gdynia Play Jazz” *				Współorganizacja IX Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni ◊  (9.X.2009)	Dwudniowy event “Gdynia Design City” *		Konferencja prasowa Gdyni dotycząca kampanii promocyjnej „Wiejjj do Gdyni” w Warszawie ◊

Design	Pro Gdynia Design City *  (projekt VI.2010)			Gdynia Design City *  (projekt VI.2010)		Projekt kształtowania przestrzeni miasta Gdynia Design City *		
--------	---	--	--	---	--	---	--	--

\*podjęto prace

Δ projekt realizowany

⊖ nie podjęto jeszcze prac

◇ projekt zakończono

Szczegółowy wykaz projektów Agencji wraz ze stanem ich realizacji na pierwsze półrocze 2010 roku prezentuje poniższa tabela „Kierunki Rozwoju Spółki”

L.p.	Cel strategiczny	Obszar działań	Formy działań	Zadanie	Stan realizacji 2009 -2010
I	Zbudowanie zintegrowanej oferty miasta w oparciu o zasoby i walory kulturalne, turystyczne, społeczne i gospodarcze	KULTURA	PROMOCJA, INFORMACJA	Opracowanie koncepcji Gdyńskiego Szlaku Modernizmu oraz jej wdrożenie	W trakcie realizacji
		TURYSTYKA	PROMOCJA, INFORMACJA	Wdrażanie koncepcji Szlaku Kulinarnego Centrum Gdyni	W trakcie realizacji
		SPORT I REKREACJA	PROMOCJA, INFORMACJA	Pozyskiwania i współorganizowanie eventów sportowych promujących Gdynię	Współpraca przy biegu Salomon Trail Running V.2010, prace nad projektem Gdynia Adventure Days z Kolibki Adventure Park
		WIZERUNEK MIASTA	PROMOCJA, INFORMACJA	Opracowanie i wdrożenie koncepcji zarządzania marką Miasta Gdyni	Trwają prace wewnętrzne, Agencja czeka na decyzje w tej sprawie ze str. Miasta
II	Zbudowanie skutecznej organizacji działającej na linii „wnętrze – otoczenie rynkowe”, pozycjonujące Gdynię jako miasto znane i rozpoznawalne na świecie oraz przyjazne mieszkańcom	TURYSTYKA	BADANIA, ANALIZY, PLANY	Przygotowanie i opracowanie koncepcji badań dotyczących wizerunku Miasta, ruchu turystycznego oraz jakości obsługi turysty	W trakcie przygotowań II Badanie zadowolenia gościa z pobytu w Gdyni
		PRZESTRZEŃ PUBLICZNA	BADANIA, ANALIZY, PLANY	Opracowanie koncepcji Systemu Informacji Miejskiej	Koncepcja opracowana i złożona do UM Gdyni IX.2010, pomagamy we wdrażaniu
		WIZERUNEK MIASTA	BADANIA, PLANY, ANALIZY	Opracowanie koncepcji badań w zakresie ruchu turystycznego oraz opracowanie koncepcji badań w zakresie monitoringu rozwoju miasta na tle innych miast	W trakcie realizacji Best Practice Gdynia od III.2010

III	Zbudowanie relacji na linii miasto – biznes - nauka w celu stymulowania procesów rozwoju Gdyni jako ośrodka wzrostu gospodarczego	NAUKA, INNOWACJE	PROMOCJA, INFORMACJA	Stworzenie portalu Innowacyjna Turystyka  Współpraca z PPNT	W związku z decyzją MRR dot. odrzucenia projektu z powodów prawnych (właściciel Miasto), Agencja składa projekt ponownie w konsorcjum z CMT Consulting  Panel podczas IX i X MFG
IV	Podjęcie próby zintegrowania prac i działań na platformie informacyjno-edukacyjnej, na rzecz wspólnoty środowisk realizujących wdrażanie SRMG (priorytety: Przestrzeń, Gdynianie, Gospodarka)	KULTURA	INWESTYCJE	Opracowanie koncepcji utworzenia Muzeum Emigracji oraz Muzeum Żeglarstwa	Projekt złożony do UM Gdyni konkurs
		KULTURA	EVENTY, KONFERENCJE	Opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu Letnia Akademia Gdyni oraz opracowanie koncepcji i wdrożenie projektu Gdynia Play Jazz	Projekt złożony do UM Gdyni
		KULTURA	DESIGN	Gdynia Design City	Projekt własny X.2010
		PRZESTRZEŃ PUBLICZNA	INWESTYCJE	Opracowanie projektu rewitalizacji Dworca PKP w Gdyni	Trwa remont dworca w ramach środków UE na Euro 2012
		WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	EVENTY, KONFERENCJE	Współorganizacja Międzynarodowego Forum Gospodarczego w Gdyni	Konkurs, Agencja złożyła ofertę
		EKOROZWÓJ, ŚRODOWISKO	PROMOCJA, INFORMACJA	Opracowanie projektu na rzecz ochrony środowiska Słoneczna Gdynia	Ponowne złożenie wniosku o promese do NFOS na rok 2010
		EKOROZWÓJ, ŚRODOWISKO	BADANIA, ANALIZY, PLANY	Opracowanie koncepcji projektu Eko Gdynia, w tym Eko Edukacja.	w trakcie rozmów

## 2. PLAN ROCZNY AGENCJI NA 2010 ROK

Plan działań Agencji Rozwoju Gdyni na rok 2010 określa dokument przyjęty na posiedzeniu RN w dniu 28.01.2010r.

Poniższa tabela przedstawia szczegółowe odniesienie do „Planu Roczego Spółki na 2010 rok”.

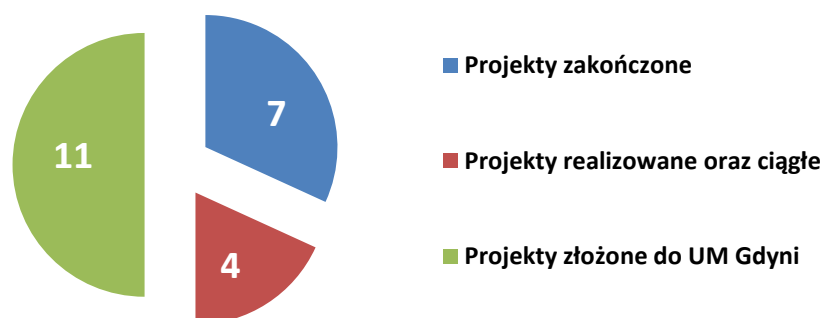
L.p.	Nazwa Projektu	Planowany termin realizacji	Kwota (PLN brutto)
<b>PROJEKTY MIEJSKIE</b>			
1	Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni	V.2010 (I etap), XII.2010 (II etap)	60 000,00
2	Karnawał Smaków	I – II.2010	6 100,00
3	Gdyński Szlak Modernizmu	VII.2010	46 000,00
4	Międzynarodowe Forum Gospodarcze	X.2010 (konkurs)	350 000,00
5	Letnia Akademia Gdyni	projekt złożony do miasta	30 000,00
6	Turystyka Inteligentna	projekt złożony do miasta	54 000,00
7	Gdynia Gra Jazz	projekt złożony do miasta	50 000,00
8	Szlak Legendy Morskiej	X.2010	53 000,00
9	Kreo Gdynia	projekt złożony do miasta	54 000,00
10	Muzeum Emigracji	projekt złożony do miasta (konkurs)	100 000,00
11	Rok Chopinowski	propozycja złożona do Polskiej Organizacji Turystycznej	400 000,00
12	Analizy Śródmieście	propozycja złożona do miasta	
13	Zarządzanie Marką	propozycja złożona do miasta	

14	Memorandum Gdyni	VII.2010 (przetarg)	185 440,00
15	Gdyński InfoBox	VI.2010 (konkurs)	54 900,00
16	Akademia Marki Miejsc	projekt ciągły, w części realizowany w ramach projektu PO KL 8.1.1. (VI.2010-VII.2011)	8 801,20 (do marca 2010)
17	„Zintegrowany System Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego”	VII.2010 (przetarg)	740 000,00
<b>PROJEKTY KONSULTINGOWE</b>			
18	Studium wykonalności Dziewięcierz	VI.2010	8 400,00
<b>PROJEKTY UNIJNE REALIZOWANE</b>			
19	PO KL 8.1.1. „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana”	V.2010 – VII.2011	323 263,90
20	PO KL 6.2. „Moja firma – Moje miejsce pracy”	XI.2009 – IV.2011	2 004 469,00
<b>PROJEKTY UNIJNE ZŁOŻONE</b>			
21	POOW dz.3.4. „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013”	IX.2010	276 930,00
<b>PROJEKTY UNIJNE W PRZYGOTOWANIU DO ZŁOŻENIA</b>			
22	PO IG 8.1. „Stworzenie internetowego serwisu oraz wirtualnego doradcy w zakresie usług turystycznych pt. Innowacyjna Akademia Rozwoju Turystyki”	składanie wniosków - VII-IX.2010	kwota zostanie oszacowana po przygotowaniu projektu
23	PO IG 1.4 – 4.1. „Wsparcie na prace badawcze i rozwojowe oraz wdrożenia wyników tych prac”	składanie wniosków - X.2010	kwota zostanie oszacowana po przygotowaniu projektu

### 3. ZESTAWIENIE PROJEKTÓW REALIZOWANYCH PRZEZ AGENCJĘ W PIERWSZYM PÓŁROCZU 2010 ROKU

W pierwszym półroczu 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni rozpoczęła realizację nowych projektów oraz kontynuuje wdrażanie projektów rozpoczętych w 2009 roku.

ILOŚĆ PROJEKTÓW AGENCJI ROZWOJU GDYNI W I PÓŁROCZU 2010 ROKU



Powyższy wykres prezentuje podział projektów zgodnie z ich stanem realizacji w I półroczu 2010 roku

➔ **Projekty zakończone w I półroczu 2010 roku:**

1. Karnawał Smaków
2. Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni (I etap – 70%)
3. Akademia Marki Miejsc
4. Gdyński InfoBox
5. Studium wykonalności Dziewięcierz
6. Projekt UE PO KL 6.2. „Moja firma – moje miejsce pracy”
7. Projekt UE PO KL 8.1.1. „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana”

➔ **Projekty realizowane oraz ciągłe:**

1. Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni (II etap – 30%)
2. Memorandum Gdyni
3. Projekt UE PO KL 6.2. „Moja firma – moje miejsce pracy”
4. Projekt UE PO KL 8.1.1. „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana”

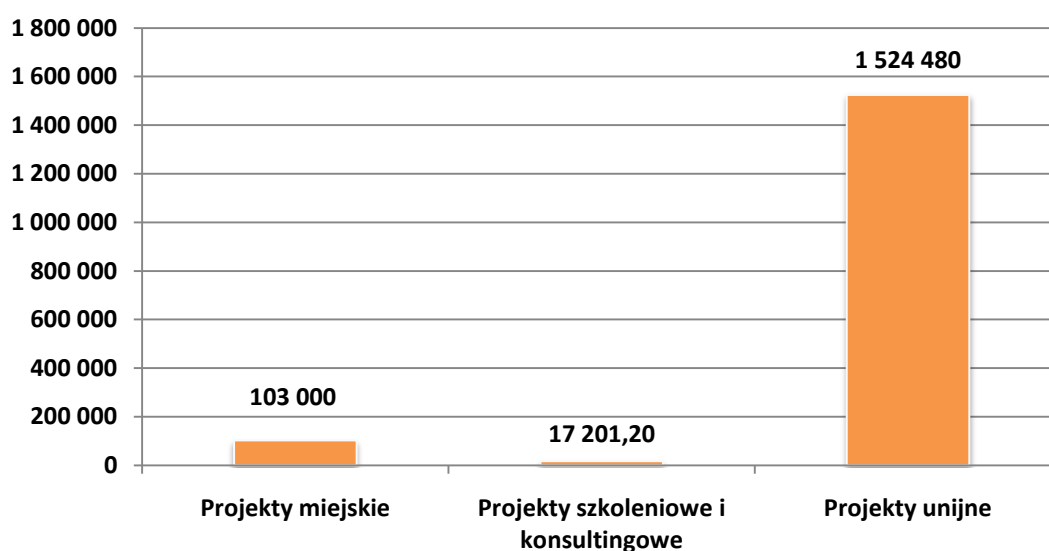
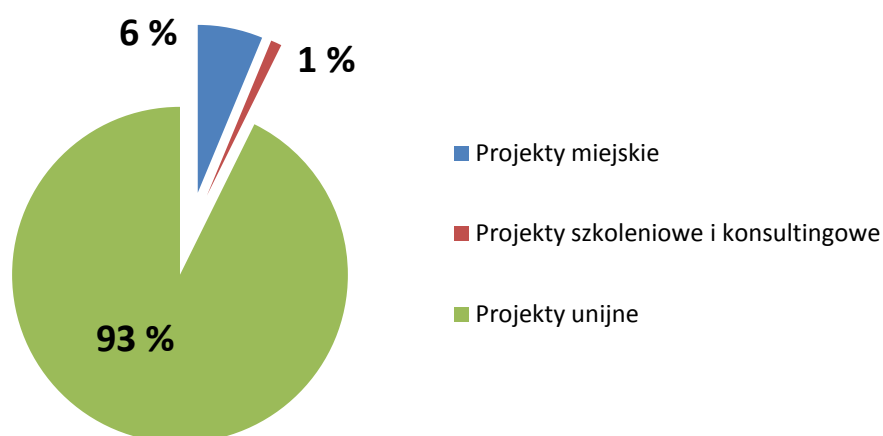
➔ **Projekty złożone do UM Gdyni:**

1. Gdyński Szlak Modernizmu
2. Międzynarodowe Forum Gospodarcze
3. Letnia Akademia Gdyni
4. Turystyka Inteligentna
5. Gdynia Gra Jazz

6. Szlak Legendy Morskiej
7. Kreo Gdynia
8. Muzeum Emigracji
9. Rok Chopinowski
10. Analizy Śródmieście
11. Zarządzanie Marką

**PRZYCHODY AGENCJI ROZWOJU GDYNI W I PÓŁROCZU 2010 ROKU**  
(na podstawie wystawionych faktur i not wewnętrznych projektów UE)

Udział % projektów Agencji w I półroczu 2010



### ➔ Projekty miejskie

1. Karnawał Smaków	6 100 PLN brutto
2. Szlak Kulinaryny Centrum Gdyni	42 000 PLN brutto
3. Gdyński InfoBox	<u>54 900 PLN brutto</u>
	103 000 PLN brutto

### ➔ Projekty szkoleniowe i konsultingowe

1. Akademia Marki Miejsc	8 801,20 PLN brutto
2. Studium Wykonalności Dziewięcierz	<u>8 400,00 PLN brutto</u>
	17 201,20 PLN brutto

### ➔ Projekty unijne

1. Projekt UE PO KL 6.2. „Moja firma – moje miejsce pracy”	1 442 480 PLN brutto
2. Projekt UE PO KL 8.1.1. „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana”-	<u>82 000 PLN brutto</u>
	1 524 480 PLN brutto

Poniżej prezentujemy szczegółowy opis projektów realizowanych przez Agencję w I półroczu 2010 roku.

## 3.1. AKADEMIA MARKI MIEJSC

**Miejsce i czas:** AGENCJA ROZWOJU GDYNI SP. Z O.O.; styczeń 2010, projekt ciągły  
**Charakter projektu:** AUTORSKI PROJEKT SZKOLENIOWY  
 (obszar działań: NAUKA, INNOWACJE, WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI  
 forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA)

### Opis projektu:

14 stycznia 2010 roku odbyła się nowa edycja szkoleń Akademii Marki Miejsc na Pomorzu, której organizatorem jest Agencja Rozwoju Gdyni. Pierwsze szkolenia zostały zainicjowane w ostatnich miesiącach minionego roku i jak podkreślali ich uczestnicy, idea szkoleń trafiła "w 10!", przede wszystkim ich tematyka, formuła, dostępność oraz praktyczne podejście do szkoleń trenerów.

Uczestnikami szkoleń są głównie przedstawiciele samorządów miast pomorskich oraz lokalnych organizacji turystycznych. Partnerami merytorycznymi szkoleń są Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna, Brief4Poland oraz Landbrand.

Zaplanowano, że program Akademii Marki Miejsc będzie rozwijany na bieżąco, w zależności od potrzeb docelowych odbiorców.

W styczniu 2010 roku w ramach Akademii Marki Miejsc odbyły się trzy szkolenia:

- ➔ „Event marketing – zbuduj flagowe wydarzenie marki”, które poprowadził Adam Mikołajczyk (Brief4Poland) oraz Jacek Debis (Agencja Rozwoju Gdyni) – 14.01.2010r.



- ➔ „PR oraz PUBLICITY „od kuchni i na ostro” – marka miejsc żywa i ceniona w mediach” poprowadzone przez Adama Mikołajczyka (Brief4Poland) oraz Wojciecha Krefta (PROT) - 15.01.2009r.
- ➔ „Zostań Nr 1 w sieci – skuteczny E-marketing” – szkolenie dwudniowe poprowadził Wojciech Kreft pomysłodawca i realizator wielu projektów e-marketingu marek miejsc, a także pasjonat globalnej tematyki i trendów w E-marketingu. Szkolenia wspierały profesjonalne firmy i agencje, w tym 28 stycznia Agencja Badawcza SAKKADA z Gdyni, zaś 29 stycznia specjalistyczna firma w obszarze e-marketingu "8sekund.pl".



Agencja Rozwoju Gdyni opracowała wiosną 2010 roku kolejną edycję szkoleń w ramach Akademii Marki Miejsc w ramach której miały się odbyć spotkania poświęcone zagadnieniom budowania marki miejsca, jak i prowadzeniu zintegrowanych działań - kampanii marketingu terytorialnego, ale ze względu na tragedię w Smoleńsku szkolenia zostały odwołane.

### 3.2. SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI

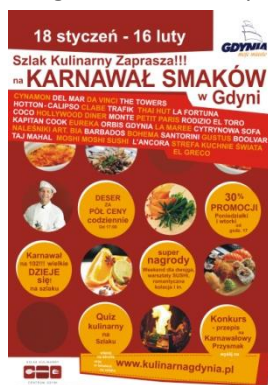
**Miejsce i czas:** CENTRUM MIASTA GDYNI; kwiecień-grudzień 2010

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: TURYSTYKA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA, EVENT)

**Opis projektu:**

#### KARNAWAŁ SMAKÓW – projekt w ramach Szlaku Kulinarne Centrum Gdyni

Agencja Rozwoju Gdyni wspólnie z restauratorami zorganizowała w terminie od 18 stycznia do 16 lutego 2010 roku imprezę pt. Karnawał Smaków.



25 gdyńskich restauracji wabiło codziennie po godz. 17:00 wszystkich miłośników słodczy pysznym deserem za pół ceny, a w poniedziałkowe i wtorkowe wieczory dostępne były 30% promocje na wybrane dania. Ale Karnawał Smaków to nie tylko kulinarne szaleństwo. Restauracje zaoferowały również w tym czasie bogaty program kulturalny: koncerty, wystawy czy quizy, a na stronie Szlaku Kulinarne [www.kulinarnagdynia.pl](http://www.kulinarnagdynia.pl) trwał konkurs na

karnawałowy przysmak oraz Quiz Kulinarny.

W Ostatki, 16 lutego zakończył się Karnawał Smaków na Szlaku Kulinarne Centrum Gdyni i rozstrzygnięto konkurs na Karnawałowy Przymak.



Komisja Gdyńskich Smakoszy w składzie z Panią Joanną Grajter (rzecznik Urzędu Miasta Gdyni), Panią Anną Somorowską (Agencja Rozwoju Gdyni), Panem Marcinem Jarzyńskim (szef kuchni Restauracji Santorini) oraz Panem Krzysztofem Jesiołowskim (szef kuchni Bohema Jazz Club) po starannym

zapoznaniu się i przedyskutowaniu każdego z 36 nadesłanych przepisów, wybrała 10 zwycięzców Konkursu na Karnawałowy Przymak.



I miejsce i nagrodę – weekend we dwoje w Hotelu Litwor w Zakopanem zdobyła Pani Aneta Klimecka z Katowic za danie „oscypkowe miseczki wypełnione rukolą, suszonymi pomidorami i włoskimi orzechami”.

Natomiast zwycięzcy konkursu QUIZ KULINARNY nagrodzeni zostali przewodnikami kulinarnymi, warsztatami kulinarnymi, zestawami kulinarnymi, zaproszeniami na musical „Lalka” do Teatru Muzycznego oraz wejściówkami na zajęcia fitness.



W lutym 2010 roku zakończono prace w ramach projektu „Szlak Kulinarny Centrum Gdyni” zgodnie z umową z Urzędem Miasta Gdyni z dnia 05.05.2009r:

W kwietniu 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni podpisała z Urzędem Miasta Gdyni nową umowę dotyczącą zarządzania projektem Szlak Kulinarny, w ramach której:

- ➔ uruchomiono w języku angielskim portal [www.kulinarnagdynia.pl](http://www.kulinarnagdynia.pl),
- ➔ zaktualizowano mapy i folder Szlaku wraz ze składem graficznym oraz w formie cyfrowej,
- ➔ przetłumaczono folder Szlaku na język angielski,
- ➔ wydrukowano zaktualizowany folder Szlaku w dwóch wersjach językowych,
- ➔ projekty oraz wykonanie materiałów promocyjnych (etykiety, podstawki, koszulki, torby).

W/w wymienione prace zakończono zgodnie z umową w maju 2010 roku. Kolejne etapy projektu Szlak Kulinarny Centrum Gdyni realizowane będą w drugiej połowie roku, do grudnia 2010.

### 3.3. GDYŃSKI SZLAK MODERNIZMU

**Miejsce i czas:** CENTRUM MIASTA GDYNI; VII.2010

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: KULTURA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA)

**Opis projektu:**

Agencja opracowała i złożyła w dniu 07.05.2010 do Urzędu Miasta Gdyni ofertę na realizację II etapu wdrożenia projektu Gdyński Szlak Modernizmu. Po przeprowadzonych negocjacjach projekt czeka na umowę z UM Gdyni.



### 3.4. MUZEUM EMIGRACJI

**Miejsce i czas:** GDYNIA UL. POLSKA 1; konkurs

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: KULTURA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA, INWESTYCJA)

**Opis projektu:**

Idea Muzeum Emigracji oparta jest o proste stwierdzenie – „W Gdyni wszyscy jesteśmy emigrantami”. I właśnie, dlatego to miasto jest takie wyjątkowe. Bo powstało z niesamowitej mieszanki ludzi, zwyczajów, kultury. Jedni przyjeżdżali tu z całej Polski żeby zbudować miasto, a jeszcze inni przybywali tutaj zza morza. Każdy z nich zostawiał tutaj kawałek siebie.



Dlatego wydaje się, że najrozsądniejszym sposobem na muzeum jest pokazanie emigracji przez ludzi. Przez ich historie. Ale aby spełnić ten plan niezbędne jest zebranie materiałów nie tyle z książek historycznych ile od samych ludzi, od emigrantów i ich potomków.

Taka koncepcja muzeum wymaga bardzo spójnej idei i konsekwentnego realizowania programów zarówno zagospodarowania jak i promocji muzeum.

### 3.5. MIĘDZYNARODOWE FORUM GOSPODARCZE W GDYNI

**Miejsce i czas:** GDYNIA; konkurs

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI;  
forma działań: PROMOCJA, KONFERENCJE)

**Opis projektu:**



W maju 2010 roku Urząd Miasta Gdyni ogłosił konkurs na „Opracowanie koncepcji organizacji i promocji X Międzynarodowego Forum Gospodarczego Gdynia 2010”.

Agencja Rozwoju Gdyni opracowała i złożyła w wyznaczonym terminie (24.06.2010) ofertę dotyczącą „Opracowania koncepcji organizacji i promocji X Międzynarodowego Forum Gospodarczego Gdynia 2010”. Projekt czeka na odpowiedź z UM Gdyni.

### 3.6. MEMORANDUM GDYNI

**Miejsce i czas:** GDYNIA; lipiec 2010

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: WSPIERANIE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI;  
forma działań: BADANIA, ANALIZY, INFORMACJA)

### Opis projektu:

W marcu 2010 roku Urząd Miasta Gdyni ogłosił przetarg nieograniczony na usługę polegającą na napisaniu treści, stworzeniu projektu graficznego oraz wydaniu Memorandum Gdyni w wersji polskiej i angielskiej.

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i wydanie 3000 egzemplarzy Memorandum Gdyni – dokumentu w założeniach ukazującego potencjał miasta Gdyni, ze szczególnym uwzględnieniem aspektu inwestycyjnego. Ma on stanowić swego rodzaju kompendium wiedzy o mieście, istotnej z punktu widzenia przyszłego inwestora. Dokument traktować będzie o szansach miasta zarówno w chwili obecnej, jak i w bliższej i dalszej przyszłości. Ma pokazywać Gdynię w perspektywie regionu, kraju i basenu Morza Bałtyckiego. Ważne, aby Memorandum wychodziło również poza ramy miasta Gdyni, skupiając się także na jego powiązaniach z sąsiednimi miastami.

Agencja Rozwoju Gdyni wzięła udział w przetargu i złożyła ofertę do UM Gdyni. W maju 2010 roku została podpisana umowa z UM Gdyni na opracowanie i wydanie 3 000 egzemplarzy (2 000 w polskiej wersji i 1 000 w wersji angielskiej) Memorandum Gdyni – dokumentu ukazującego potencjał inwestycyjny miasta Gdyni. W obecnej chwili trwają prace przy projekcie, którego termin zakończenia ustalony jest na 19 lipca 2010 roku.

## 3.7. GDYŃSKI INFO BOX

**Miejsce i czas:** GDYNIA; czerwiec 2010

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: PRZESTRZEŃ PUBLICZNA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA)

### Opis projektu:

W kwietniu 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni w odpowiedzi na zapytanie ofertowe Urzędu Miasta Gdyni opracowała i złożyła ofertę na stworzenie koncepcji funkcjonowania InfoBoxu w Gdyni wraz z analizą uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych projektu oraz analizą studiów przypadków podobnych projektów na świecie.

Celem projektu jest stworzenie efektywnej i wizerunkowej platformy informacyjno-komunikacyjnej dla mieszkańców, turystów i inwestorów w zakresie kluczowych inwestycji i projektów realizowanych na obszarze miasta.

W czerwcu 2010 roku, zgodnie z umową z dn.12.05.2010 na wykonanie opracowania koncepcji funkcjonowania gdyńskiego InfoBoxu, Agencja przekazała UM Gdyni dokument pt. „Koncepcja Funkcjonowania gdyńskiego InfoBoxu w postaci 5 zbindowanych wydruków, w plikach otwartych na płycie CD oraz w postaci prezentacji multimedialnej.”



### 3.8. FOLDERY PROMOCYJNE MIASTA GDYNI

**Miejsce i czas:** GDYNIA; kwiecień 2010

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: TURYSTYKA, WIZERUNEK MIASTA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA)

**Opis projektu:**

W kwietniu 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni przygotowała i złożyła do Urzędu Miasta Gdyni ofertę na opracowanie graficzne i typograficzne serii folderów promocyjnych miasta Gdyni.

Przedmiotem zamówienia było opracowanie graficzne i typograficzne serii folderów promocyjnych Miasta Gdyni obejmujące pomysł i kreację graficzną i typograficzną nowej, odrębnej od istniejącej linii graficznej serii folderów promocyjnych, przedstawienie koncepcji formy wydawniczej, przeniesienie autorskich praw majątkowych. Niestety, ale podjęto decyzję o wyborze oferty innej firmy.



### 3.9. GDYNIA GRA JAZZ

**Miejsce i czas:** GDYNIA; projekt kontynuowany od 2009

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: KULTURA;  
forma działań: PROMOCJA, EVENTY)

**Opis projektu:**



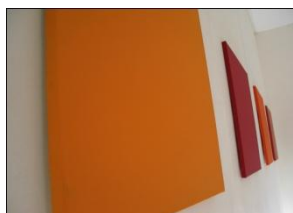
W marcu 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni podjęła rozmowy z przedstawicielem Stena Line Polska w sprawie współpracy w ramach promowania projektu Stena Line – Sea of Jazz, a także gdyńskiego projektu Gdynia Gra Jazz. Obecnie Agencja czeka na odpowiedź z UM

### 3.10. WYSTAWA NA DWORCU GŁ. PKP W GDYNI

**Miejsce i czas:** GDYNIA; projekt przełożony z powodu remontu Dworca PKP w Gdyni

**Charakter projektu:** PROJEKT MIEJSKI  
(obszar działań: PRZESTRZEŃ PUBLICZNA;  
forma działań: PROMOCJA, INFORMACJA)

**Opis projektu:**



Zgodnie z „prawem początku i końca” ludzie najlepiej zapamiętują pierwsze i ostatnie wrażenie -obraz. Na tym mechanizmie zapamiętywania oparto koncepcję zagospodarowania Dworca PKP Gdynia Główna. Turyści jadący i wracający z wybrzeża przejeżdżają przez dworzec w Gdyni, dlatego jest on najlepszym miejscem do wpływania na podświadomość turystów. Przyjeżdżający budują sobie na dworcu pewien obraz Gdyni i jej atrakcji.

Wyjeżdżający zabierają ze sobą jako ostatnie wrażenie widok dworca. Należy zatem wykorzystać ten mechanizm do promocji Gdyni w całej Polsce.

Projekt „Dworzec” składa się z dwóch części. Pierwsza z nich - „Opakowanie Dworca”, druga część - „Opakowanie Dworca - Reaktywacja”. Obie części są ze sobą nierozzerwalnie związane i należy rozpatrywać je w całości – a najlepiej w kontekście wszystkich działań promocyjnych.

„Opakowanie Dworca” to wystawa fotograficzna pod roboczym tytułem „Przeszłość, teraźniejszość i przyszłość” składająca się z kilkunastu dużych zdjęć przedstawiających trzy etapy w życiu Gdyni. Przeszłość będzie reprezentowana przez szlak modernizmu. Teraźniejszość przez szlak kulinarny, a Przyszłość to będzie Forum Kultury i inne projekty planowane w Gdyni w najbliższym czasie. Wystawę można wzbogacić poprzez przygotowanie dodatkowo zdjęć inspirowanych obrazem Klimta „Trzy etapy życia kobiety”- skopiowanie idei przedstawienia na jednym obrazie trzech etapów życia. Na zdjęciach każdy z etapów życia prezentowany przez modelki będzie odnosił się do jednej części wystawy. Stara kobieta to przeszłość, młoda to teraźniejszość a dziecko to przyszłość.

W chwili obecnej trwają prace remontowe na Dworcu Głównym PKP w Gdyni finansowane ze środków europejskich.

### 3.11. BEST PRACTICE GDYNIA

**Miejsce i czas:** CAŁA POLSKA; projekt ciągły, od marca 2010 roku

**Charakter projektu:** AUTORSKI PROJEKT BADAŃ MARKETINGOWYCH  
(obszar działań: WIZERUNEK MIASTA;  
forma działań: BADANIA, ANALIZY)

#### Opis projektu:

BEST PRACTICE GDYNIA to projekt badawczy Agencji obejmujący innowacyjne badania marketingowe oparte na dobrych praktykach i doświadczeniach roku 2009, kiedy to przeprowadzono badania wspierające promocję i rozwój Miasta Gdyni.



BEST PRACTICE GDYNIA obejmuje trzy rodzaje badań:

1. badanie efektywności działań promocyjnych,
2. badanie zadowolenia gości z pobytu w mieście,
3. badanie produktów i marek miejsc.

W metodologii zastosowano zarówno monitoring mediów, jak i badania ilościowe w postaci ankiety online, zapytań ofertowych, czy wywiadów internetowych. W ten sposób przeprowadzone badanie

pozwała na uzyskanie dokładnych danych na temat funkcjonowania instytucji, czy samorządu. Główną ideą projektu jest zebranie cennych informacji na temat skuteczności działań promocyjnych, opinii gości i turystów oraz opinii mieszkańców, czyli osób, które dokładnie wiedzą, co można jeszcze zmienić na lepsze w mieście. Pozyskana w ten sposób wiedza pozwala wprowadzać nowe rozwiązania dotyczące wielu obszarów miasta, które w znaczącym stopniu wpływają na rozwój i podnoszenie standardu życia i turystyki.

Oferta badań BEST PRACTICE GDYNIA kierowana jest głównie do instytucji i samorządów terytorialnych decydujących o promocji miasta, regionu. Jednocześnie badania służą wypromowaniu na arenie ogólnopolskiej Miasta Gdyni, które jest już cenioną marką.

Ofertę przesłano do większości urzędów miast i gmin w Polsce, kontynuacja realizacji badań planowana jest na drugą połowę 2010 roku (wstępnie zainteresowany jest UM Krakowa).

### 3.12. POZOSTAŁE PROJEKTY AGENCJI REALIZOWANE W PIERWSZYM PÓŁROCZU 2010 ROKU

➔ **Opracowanie koncepcji pamiątek na XII Ogólnopolskie Spotkania Podróżników, Żeglarzy i Alpinistów.** (Agencja Rozwoju Gdyni opracowała dla UM Gdyni projekt pamiątek na KOLOSY 2010)



➔ W okresie maj-czerwiec 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni wraz z firmą Landbrand z Poznania podjęła się **opracowania „Programu kreacji produktu turystycznego Dworu Dziewięcierz”**. Opracowanie realizowane jest dla inwestora projektu – Tomasza Nieśluchowskiego. Studium wykonalności Dziewięcierz zakończono 30 czerwca 2010 roku wystawieniem faktury.



➔ Agencja zawarła oficjalne **porozumienie (umowę) o współpracy z Gdyńskim Centrum Innowacji Pomorskiego Parku Naukowo-Technologicznego**. Porozumienie podpisały dyrektor PPNT Pani Anna Borkowska oraz prezes zarządu Agencji Rozwoju Gdyni - Anna Somorowska. Porozumienie

zakłada m.in. deklarację wspierania w obszarach: wzajemnego promowania działalności, organizacji spotkań i konferencji ukierunkowanych na rozwój miasta Gdyni (m.in. współpraca przy Międzynarodowym Forum Gospodarczym) oraz promowania przedsiębiorczości firm z regionu i budowania partnerstwa we wspólnych projektach unijnych i krajowych.

➡ Agencja wraz z Miastem Gdynia prowadzi rozmowy z Polską Organizacją Turystyczną w zakresie **organizacji eventu Chopin Tour**. Planowany termin realizacji to 19.09.2010.

➡ Przetarg na „Zaprojektowanie i wdrożenie systemu informatycznego będącego elementem Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego – Interaktywnego Systemu Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego składającego się z portalu turystycznego i systemu mapowego” we współpracy z firmą IRS CONSULT AG oraz COMBIDATA Poland Sp. z o.o.

Przedmiotem zamówienia jest system informatyczny będący elementem Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego – projektu realizowanego przez Samorząd Województwa Pomorskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2007-2013, Oś Priorytetowa VI Turystyka i dziedzictwo kulturowe, Działanie 6.2 Promocja i informacja turystyczna. Projekt współfinansowany jest ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Celem głównym projektu jest rozwijanie systemu informacji turystycznej i kulturalnej oraz promocja sieciowych produktów turystycznych.

Celem projektu jest:

- podniesienie jakości publicznej infrastruktury turystycznej;
- rozwinięcie systemu informacji turystycznej i kulturalnej oraz możliwa będzie większa promocja sieciowych produktów turystycznych;
- zwiększenie atrakcyjności turystycznej miejsc o wysokich walorach kulturowych;
- zrównoważona promocja walorów turystycznych regionu.

Agencja Rozwoju Gdyni przeszła do kolejnego II etapu dialogu dotyczącego Zintegrowanego Systemu Informacji Turystycznej Woj. Pomorskiego.

### 3.13. PROJEKTY UNIJNE



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



➡ „Moja Firma – Moje Miejsce Pracy” - projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych PO KL Dz. 6.2.

W lutym 2010 roku rozpoczęto realizację kolejnego etapu projektu „Moja firma – moje miejsce pracy” – szkolenia w Miastu dla przyszłych przedsiębiorców, którzy mieli możliwość zapoznania się z najważniejszymi aspektami prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Szkolenia prowadzili pracownicy Agencji oraz doradcy zawodowi.

W ramach projektu przeprowadzone zostały następujące szkolenia:

- Blaski i cienie prowadzenia własnej firmy
- Zakładanie działalności gospodarczej
- Formalne aspekty prowadzenia firmy
- Pozyskiwanie środków z UE
- Marketing i PR, zarządzanie firmą
- Biznesplan - wykłady
- Biznesplan - case study
- Kształtowanie umiejętności miękkich, diagnoza predyspozycji osobowościowych i kompetencyjnych do prowadzenia własnej firmy
- Zarządzanie i organizacja czasu pracy



W marcu 2010 roku zakończono realizację szkoleń dla uczestników projektu i rozpoczęto kolejny etap projektu, czyli cykl indywidualnych konsultacji świadczonych przez doradców branżowych pracujących lub współpracujących z Agencją Rozwoju Gdyni w siedzibie Agencji. Osoby szkolące się w ramach projektu PO KL 6.2. miały obowiązek opracowania i dostarczenia do Agencji w terminie do 12 kwietnia b.r. gotowych biznesplanów, spośród których Komisja Oceny Wniosków w maju 2010 roku dokonała wyboru 34 najlepszych z 53 złożonych. Zakwalifikowani beneficjenci ostateczni projektu otrzymają w lipcu 2010 roku dotacje inwestycyjne w wysokości 36 tys. PLN na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej.



**➡ „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 – nasze kwalifikacje, nasza wygrana” – projekt szkoleniowy w ramach dotacji unijnych PO KL 8.1.1.**

W maju 2010 roku Agencja Rozwoju Gdyni rozpoczęła realizację kolejnego projektu szkoleniowego w ramach dotacji unijnych PO KL 8.1.1. „Już dziś nastaw się na sukces – Euro 2012 - nasze kwalifikacje, nasza wygrana”, Piorytet VIII „Regionalne kadry gospodarki”, Działanie 8.1. „Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie”.

Projekt realizowany jest we współpracy partnerskiej Agencji Rozwoju Gdyni z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną - liderem projektu, w okresie od maja 2010 roku do lipca 2011 roku



Projekt zakłada przeszkolenie 556 osób dorosłych zatrudnionych w środowisku około turystycznym, zamieszkałych w woj. pomorskim, które z własnej inicjatywy, w czasie wolnym od pracy zainteresowane są nabyciem nowych umiejętności lub uzupełnieniem/podwyższeniem wcześniej nabytych kwalifikacji.

Celem głównym projektu jest przygotowanie regionalnych kadr środowiska i branży turystycznej do obsługi bezpośredniej i pośredniej klientów w kontekście EURO 2012 poprzez realizację celów szczegółowych:

- podniesienie kompetencji i umiejętności zawodowych osób zatrudnionych w woj. pomorskim w profesjach dynamicznie rozwijających się;
- zwiększenie samooceny i motywacji do działania w celu osiągnięcia samorealizacji i awansu zawodowego;
- niwelowanie dysproporcji zawodowych kobiet poprzez podniesienie ich kwalifikacji zawodowych i konkurencyjności na rynku pracy poprzez preferencyjny udział kobiet w planowanych szkoleniach;
- podniesienie konkurencyjności kadr gospodarki, podniesienie jakości usług oraz budowanie partnerstwa i współpracy.

Pierwsze szkolenia w ramach projektu odbyły się w dniach 12-13 czerwca 2010 roku w Gdyni i w Gdańsku z zakresu „Marketing narracyjny” oraz „Sprzedaż i wspomaganie sprzedaży przez Internet dla sektora turystyki” i zgromadziły w sumie 22 uczestników zainteresowanych poszerzeniem swojej wiedzy o praktyczne wskazówki, jak się reklamować i jak sprzedawać produkty/usługi w turystyce.

Oto opinie uczestników szkoleń z 12-13.06.2010:

*„ Szkolenie bardzo ciekawe..”*

*„ Pełen profesjonalizm”*

*„ Dziękuję i liczę na dalsze szkolenia”*

*„Rewelacyjny wykładowca!”*

*„Bardzo proszę o informacje na maila o wszelkich szkoleniach Ediego nie tylko w Trójmieście”*

#### **➡ „Rozwój nowych rynków i kampanie promocyjne” w ramach dotacji unijnych 3.4. Programu Operacyjnego „Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013”.**

W ramach projektu Agencja planuje umieścić na naszym wybrzeżu bałtyckim w miejscach atrakcyjnych turystycznie dwa info - kioski z bogatą i ciekawą treścią multimedialną świata rybackiego. W ramach multimediiów przedstawione zostaną trzy ścieżki zwiedzania świata rybackiego. Każda ze ścieżek będzie opracowana w trzech wersjach językowych: polskiej, angielskiej i niemieckiej. Prosty sposób nawigowania pozwoli na łatwe przechodzenie między ścieżkami. Jednocześnie wszystkie materiały filmowe będą krótkie i merytorycznie z sobą powiązane. Treściom filmowym odpowiadać będzie grafika i specjalnie opracowane mapy. Przewidywana jest współpraca konsultantów naukowych przy tworzeniu treści merytorycznych



multimediów. Ideą nadrzędną projektu jest poprawienie wizerunku polskiego rybołówstwa oraz przekonanie społeczeństwa do spożywania ryb jako pokarmu bogatego w witaminy, minerały i mikroelementy niezbędne do prawidłowego funkcjonowania organizmu.

Projekt obejmie również przeprowadzenie kampanii promocyjnej wśród restauratorów. Będzie to forma promocji produktów rybołówstwa, z wykorzystaniem multimedialnych nośników. Planowane jest objęcie wsparciem min. 10 restauracji.

Projekt będzie obejmował okres od 01.07.2010 r. do 30.09.2010, w chwili obecnej projekt czeka na odpowiedź.

#### 4. MEDIA O PROJEKTACH AGENCJI

➔ W pierwszym półroczu 2010 najwięcej informacji w mediach ukazało się na temat **SZLAKU KULINARNEGO - CENTRUM GDYNI**:

Poniżej fragment artykułu z POLITYKI z 10 czerwca 2010 roku:

<http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/1506214,2,przez-zoladek-do-serca-turysty.read>

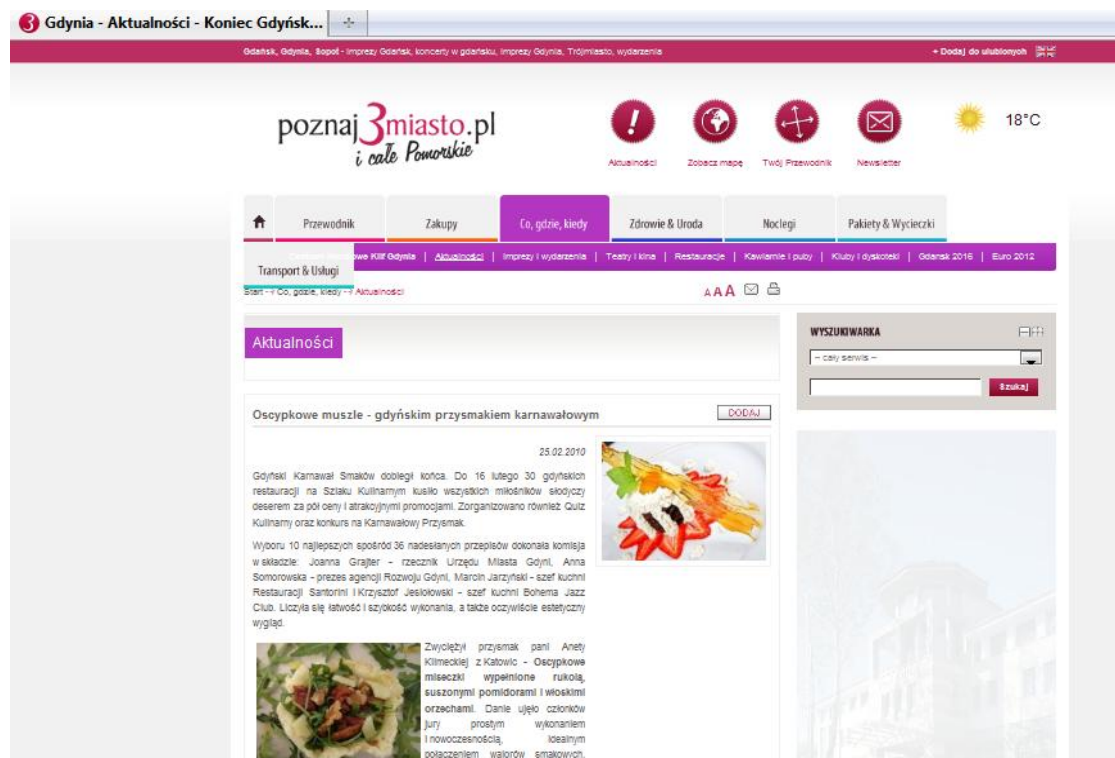
„ Gdynia promuje swe lokale jako pierwszy w Polsce „szlak kulinarny”. Każda z restauracji na szlaku podczas weekendu, oprócz specjalnych promocji, oferowała minidania za 5 zł. – *Chodzi o edukację kulinarną, o odkrywanie świata, o wielką podróż przez różne kuchnie i kultury* – objaśnia Anna Somorowska, szefowa patronującej przedsięwzięciu Agencji Rozwoju Gdyni. – *Pięć złotych nie jest barierą. Jedna z pań chciała, by dziecko skosztowało carpaccio, bo za taką kwotę nie ma problemu, jeśli danie nie będzie smakowało[...]* Obecnie gdyński „szlak kulinarny” tworzy 40 lokali. Następne aplikują. Pierwsza impreza była kierowana do mieszkańców Trójmiasta i okolic, kolejne mają wabić gości z całej Polski i zagranicy.”

➔ Jednym z przedsięwzięć Szlaku Kulinarnego Centrum Gdyni był **KARNAWAŁ SMAKÓW** przeprowadzony przez Agencję na początku roku 2010 (styczeń – luty):

### Portal internetowy NASZEMIASTO.pl



### Portal internetowy POZNAJ3MIASTO.pl







## 5. PORÓWNANIE WARTOŚCI PROJEKTÓW REALIZOWANYCH PRZEZ AGENCJĘ W I PÓŁROCZU 2009 DO I PÓŁROCZA 2010

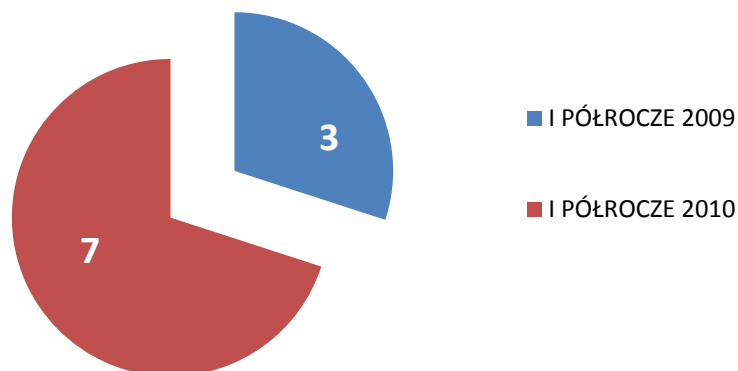
### I PÓŁROCZE 2009

L.P.	TYTUŁ PROJEKTU	KWOTA BRUTTO [PLN]
1	IX MFG W GDYNI	28 060,00
2	SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI	6 588,00
	SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI	39 528,00
3	KONFERENCJA PRASOWA GDYNI W PAP	39 406,00
<b>SUMA</b>		<b>113 582,00</b>

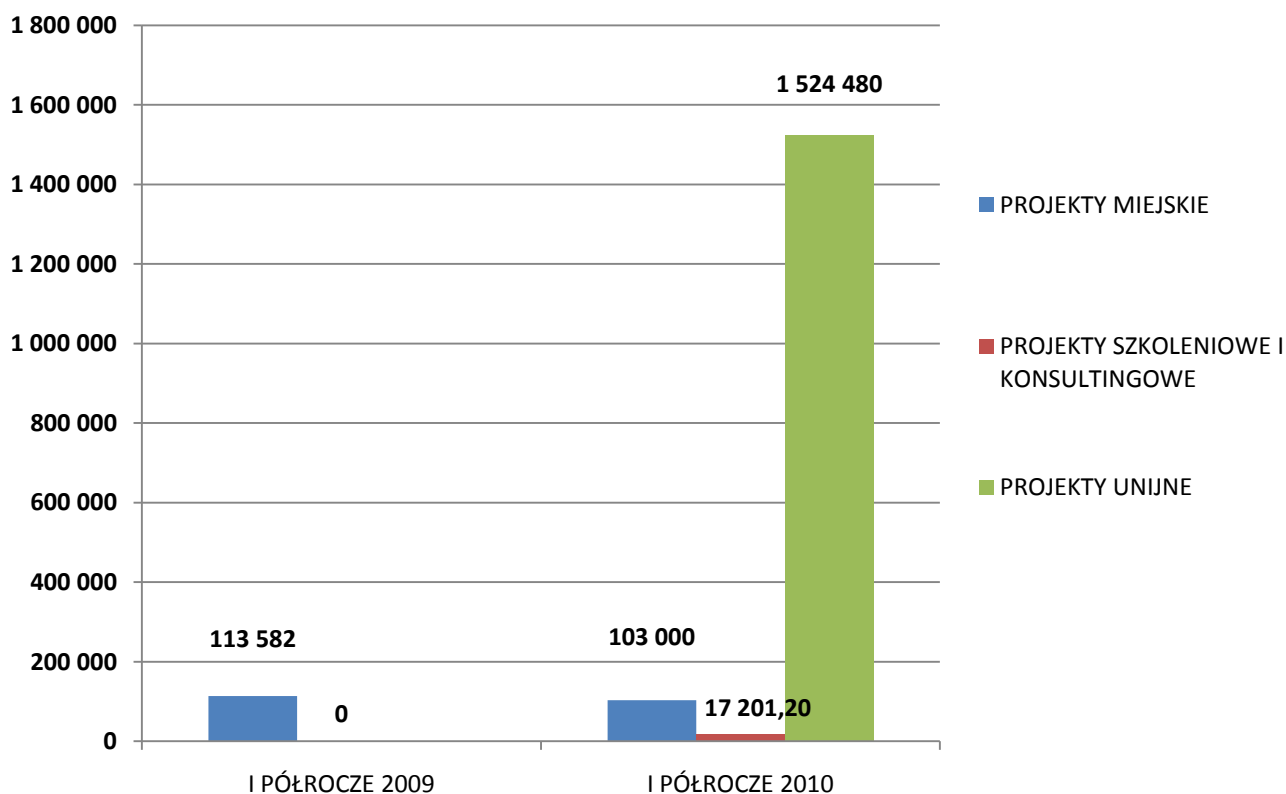
### I PÓŁROCZE 2010

L.P.	TYTUŁ PROJEKTU	KWOTA BRUTTO [PLN]
1	KARNAWAŁ SMAKÓW	6 100,00
2	SZLAK KULINARNY CENTRUM GDYNI	42 000,00
3	AKADEMIA MARKI MIEJSC	8 801,20
4	GDYŃSKI INFO BOX	54 900,00
5	STUDIUM WYKONALNOŚCI DZIEWIĘCIERZ	8 400,00
6	PROJEKT UE PO KL 6.2. „MOJA FIRMA – MOJE MIEJSCE PRACY”	28 480,00
7	PROJEKT UE PO KL 6.2. „MOJA FIRMA – MOJE MIEJSCE PRACY”	1 414 000,00
8	PROJEKT UE PO KL 8.1.1. „JUŻ DZIŚ NASTAW SIĘ NA SUKCES – EURO 2012 – NASZE KWALIFIKACJE, NASZA WYGRANA”	82 000,00
<b>SUMA</b>		<b>1 644 681,20</b>

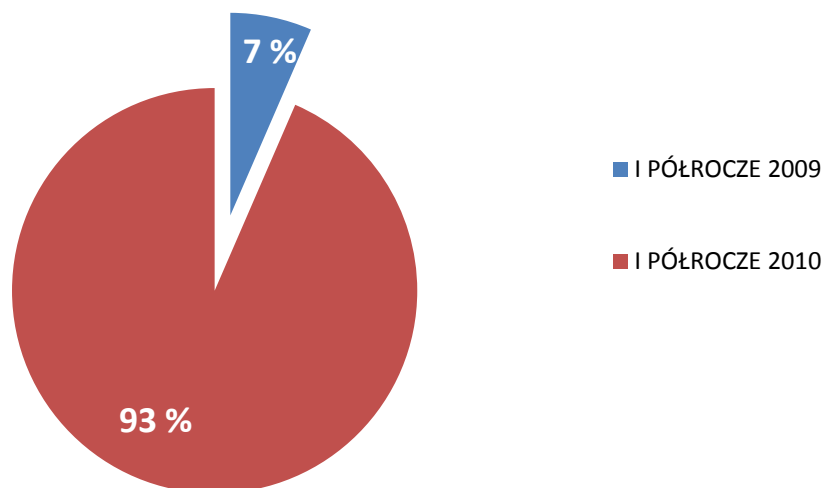
LICZBA PROJEKTÓW ZAKOŃCZONYCH PRZEZ AGENCJĘ W I PÓŁROCZU 2009  
ORAZ I PÓŁROCZU 2010 ROKU



PORÓWNANIE PRZYCHODÓW OPERACYJNYCH AGENCJI ROZWOJU GDYNI SP. Z O.O.  
W I PÓŁROCZU 2009 DO PRZYCHODÓW W I PÓŁROCZU 2010



### PORÓWNANIE UDZIAŁU % PRZYCHODÓW W I PÓŁROCZU 2009 DO PRZYCHODÓW W I PÓŁROCZU 2010



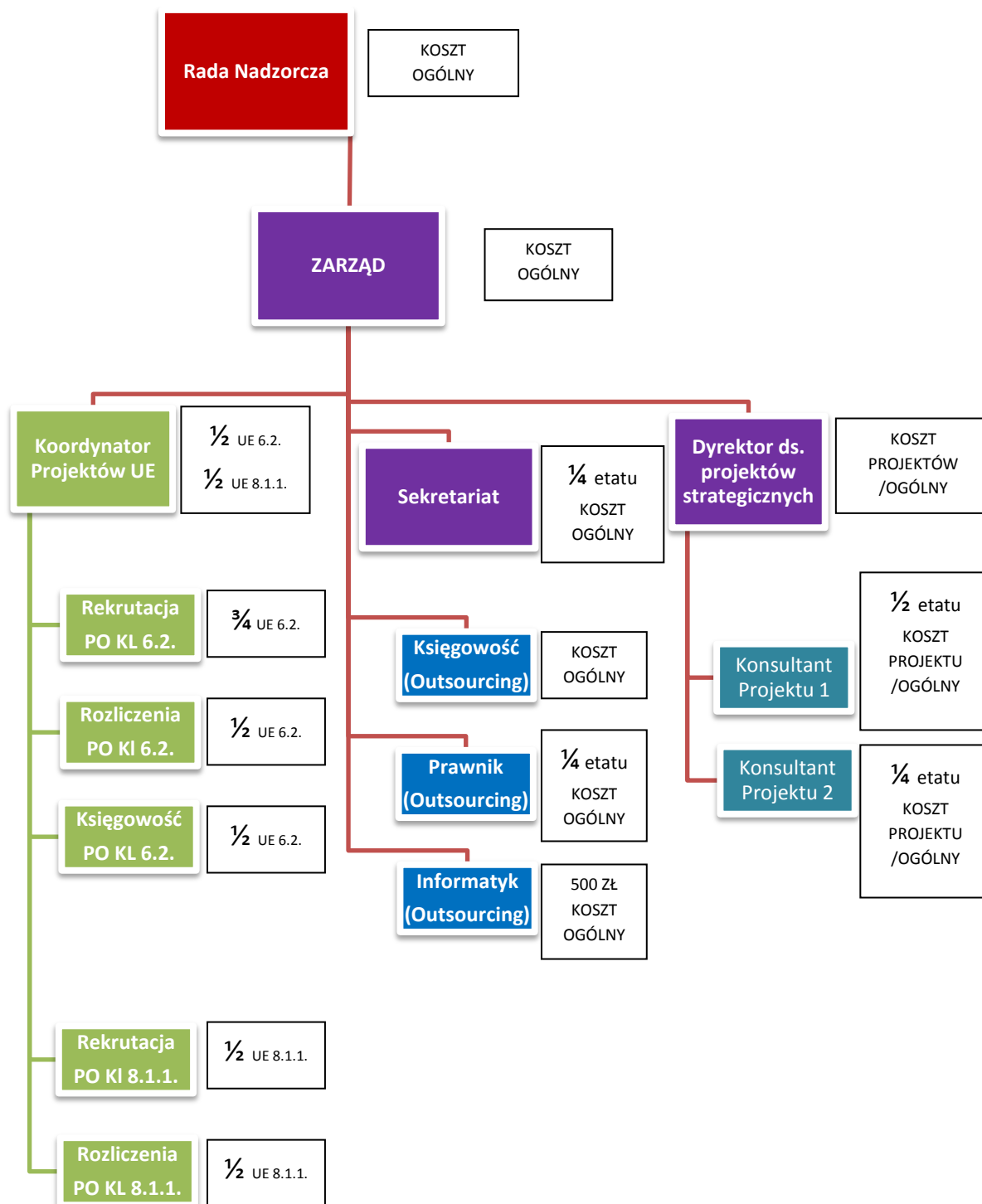
## 6. STRUKTURA ORGANIZACYJNA SPÓŁKI

W celu obniżenia kosztów działalności firmy przyjęto układ struktury organizacyjnej, w którym wynagrodzenie większości osób zatrudnionych pokrywa się w ramach projektów UE.

W projektach miejskich i konsultingowych pracuje na pełnym etacie: dyrektor ds. projektów strategicznych oraz 1 konsultant na 1/2 etatu i 1 konsultant na 1/4 etatu.

Koszt ogólny to koszty RN, Zarządu, 1/4 etatu asystentki, 1/4 etatu prawnika, koszt umowy na świadczenie usług z biurem biegłych rewidentów oraz koszt umowy na obsługę informatyczną.

Poniżej struktura organizacyjna Agencji w ujęciu etatów i kosztów wynagrodzenia w większości pokrywanych przez dotacje unijne w ramach poszczególnych projektów.



ETATY I KOSZTY WYNAGRODZENIA FINANSOWANE PRZEZ DOTACJE UNIJNE