

Trwa XVI edycja konkursu „Gmina Fair Play”, realizowanego przez Fundację „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym”. W gminach, które zakwalifikowały się do II etapu konkursu, wkrótce zostaną przeprowadzone audyty certyfikacyjne, sprawdzające wiarygodność informacji zawartych w ankietach konkursowych, uzupełnionych podczas etapu I.



Proces weryfikacji gmin w konkursie jest dwuetapowy i wieloaspektowy. W każdej gminie, która po pozytywnej ocenie jej ankiety przez Komisję Konkursową przeszła do II etapu, w ciągu najbliższych tygodni zostanie przeprowadzony audyt, a także badanie oczekiwań i potrzeb przedsiębiorców w zakresie rozwoju społeczno-ekonomicznego.

Głównym zadaniem audytora będzie potwierdzenie danych, zawartych w ankiecie konkursowej oraz uzyskanie dodatkowych informacji, świadczących o rzetelności gminy. Audytor spotka się z pracownikami urzędu, a także z dostawcami mediów technicznych,

inwestorami, przedstawicielami lokalnych organizacji biznesu, instytucji finansowych, edukacyjnych i innych mającymi związek z realizacją inwestycji lub przedsiębiorczością.

Audytorzy sprawdzą też, które z gmin wypracowały mechanizmy rozwoju, bazujące na zrozumieniu potrzeb inwestora i społeczności lokalnej. Elementami, na które audytor zwróci szczególną uwagę są stałe polepszanie infrastruktury, stosowanie i promowanie rozwiązań lub inwestycji pro-ekologicznych oraz inwestycji i obiektów dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych.

Ponad 500 uczestników

Organizatorzy konkursu „Gmina Fair Play”, wspólnie z wieloma partnerami, już od ponad 16-stu lat identyfikują i promują gminy, spełniające wymogi konkursu i zasługujące na tytuł i certyfikat „Gmina Fair Play” – Certyfikowana Lokalizacja Inwestycji. Podstawowym celem konkursu jest popularyzowanie etyki w działalności samorządów, przejrzystości procedur oraz postaw godnych naśladowania, sprzyjających podejmowaniu przedsięwzięć inwestycyjnych.

Wśród uczestników konkursu znalazło się ponad 500 gmin z całej Polski. Wiele z nich, dzięki udziałowi w konkursie, nawiązało kontakty, których efektem są nowe inwestycje. Wiele znalazło też nowe pomysły na skuteczną promocję lub obrało właściwy kierunek rozwoju.