

# PREZYDENT MIASTA OSTROŁĘKI



INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI  
MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2004 ROKU  
ORAZ ZAMIERZENIA NA ROK 2005

# **INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2004 ROKU**

Ustawa o samorządzie gminnym i powiatowym nakłada na jednostki terytorialne stopnia podstawowego obowiązek realizacji zadań m. in. w zakresie:

- promocji miasta – kompetencje gminy i powiatu,
- współpracy z organizacjami pozarządowymi – kompetencje gminy i powiatu,
- współpracy ze społecznościami lokalnymi i regionalnymi innych państw – kompetencje gminy.

Promocja jest integralnym elementem Strategii Rozwoju Miasta. Obejmuje ona zorganizowane działania, polegające na przekazywaniu informacji na temat wspólnoty samorządowej wybranym adresatom.

Działania promocyjne samorządu to popularyzowanie walorów miasta, upowszechnianie pozytywnego wizerunku na zewnątrz, kreowanie określonej polityki władz oraz pokazywanie możliwości rozwoju w różnych dziedzinach, leżących w gestii działania samorządu. Istotną funkcję spełnia tu rola informacyjna. Otwarta polityka informacyjna, jawność działań sprzyja kształtowaniu pozytywnego obrazu funkcjonowania samorządu, a tym samym zdobyciu lojalności mieszkańców, osób związanych z daną społecznością oraz zainteresowanych osiedleniem się czy też prowadzeniem interesów na danym terenie.

Głównym celem promocji jest zwiększenie zainteresowania miastem i regionem potencjalnych inwestorów oraz turystów. Zadania do wykonania zostały określone w „Harmonogramie realizacji projektów promocji miasta na 2004 r.” Zgodnie z określonymi tam priorytetami w minionym roku działania marketingowe były realizowane w określonych grupach tematycznych.

## ***I. MONITORING WDRAŻANIA STRATEGII ROZWOJU MIASTA***

Podstawą działania władz lokalnych powinna być jasno określona polityka, planowe i skoordynowane działania na rzecz rozwoju lokalnego systemu gospodarczego, poprawy warunków życia i pracy mieszkańców oraz wzrostu atrakcyjności inwestycyjnej miasta. Jednym z narzędzi takich działań jest strategia, czyli kompleksowa i perspektywiczna koncepcja rozwoju, określająca cele oraz drogi ich osiągnięcia. Zadania ujęte w Strategii mają swoje odzwierciedlenie w Wieloletnim Planie Inwestycyjnym, który łącząc w sobie element zarządzania finansowego z wielopłaszczyznowym odniesieniem działań do perspektywy czasowej, pozwala zarówno na zobrazowanie lokalnych potrzeb, korelację planowanych zadań jak i określenie możliwości ich sfinansowania w okresie pięcioletnim. Znając potrzeby i możliwości, poprzez stosowany w metodologii opracowania wieloletniego planu proces oceny inwestycji uzyskujemy obraz działań niezbędnych dla miasta, usystematyzowany wg obiektywnych kryteriów, spójnych ze strategicznymi celami rozwoju.

Powyższe dokumenty opracowane zostały i zatwierdzone do realizacji w 2000 roku, ich realizacja jest pracą ciągłą wszystkich komórek i jednostek organizacyjnych miasta. Weryfikacja zadań ujętych w WPI odbywa się corocznie w procesie oceny

zadań. W 2005 roku, przed rozpoczęciem prac nad kolejną edycją planu, przeprowadzona będzie weryfikacja procesu zgłaszania, oceny zadań inwestycyjnych oraz sposobu prezentacji planu.

W minionym roku opracowany został kolejny dokument planistyczny, Plan Rozwoju Lokalnego, oparty na Strategii Rozwoju oraz Wieloletnim Planie Inwestycyjnym. W dokumencie tym zawarte zostały te z inwestycyjnych zadań strategicznych, na których powinna nastąpić koncentracja środków finansowych, dzięki czemu możliwe będzie ubieganie się o pozyskanie dofinansowania ze źródeł zewnętrznych.

Ponadto w grudniu 2004r. podjęta została Uchwała Rady Miejskiej w sprawie określenia obszaru podległego rewitalizacji oraz przystąpienia do opracowania programu rewitalizacji Miasta Ostrołęki. Prace nad powyższym dokumentem prowadzone są w bieżącym 2005 roku.

## **II. PROMOCJA ZEWNĘTRZNA – POZYSKIWANIE NOWYCH INWESTYCJI, WYKORZYSTANIE TERENÓW INWESTYCyjnych, STANOWIĄCYCH WŁASNOŚĆ MIASTA, LOKALNYCH PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH I OSÓB PRYWATNYCH**

- 1) Prowadzone są bieżące działania promujące tereny inwestycyjne, w tym Strefę Rozwoju Gospodarczego. Informacja o terenach inwestycyjnych zamieszczona jest na stronie internetowej i w publikacjach wydawanych przez Urząd Miejski, jak również w prasie i wydawnictwach biznesowych. Specjalnie opracowane materiały dla potencjalnych inwestorów wraz z procedurami i ofertami inwestycyjnymi były kolportowane bezpośrednio do zainteresowanych przedsiębiorców oraz do wielu instytucji i organizacji, które pomagają w nawiązywaniu szerokich kontaktów o charakterze gospodarczym. Adresatami byli m.in. Radcy Handlowi RP za granicą, Biura Radców Handlowych innych państw w Polsce, organizacje i izby gospodarcze, firmy developerskie, agencje pośredniczące w obrocie nieruchomościami, firmy z określonych branż oraz Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych oraz Agencja Rozwoju Przemysłu. Duży odzew na przeprowadzone bezpośrednie działania marketingowe był szczególnie ze strony Biur Radców Handlowych RP w państwach Unii Europejskiej. BRH były zainteresowane głównie ofertami gospodarczymi firm. Dlatego wszelkie informacje i materiały na ten temat były przekazywane bezpośrednio do lokalnych organizacji skupiających przedsiębiorców. Kolportaż materiałów odbywał się również podczas targów, seminariów, konferencji i innych spotkań okolicznościowych,
- 2) Prowadzona jest bieżąca aktualizacja bazy ofert inwestycyjnych z terenu Ostrołęki, w której znajdują się tereny komunalne przeznaczone pod inwestycje oraz tereny i obiekty lokalnych firm i osób prywatnych oraz propozycje współpracy gospodarczej zainteresowanych przedsiębiorstw.
- 3) Najważniejsze komunalne oferty inwestycyjne były zaprezentowane w katalogu pt. „Projekty inwestycyjne miast polskich” wydanym przez Związek Miast Polskich, w specjalnym wydaniu „Polish Business Magazine” oraz w magazynie „Polish Market”, w prestiżowym opracowaniu ekonomicznym pt. „Mazowsze – dobry pomysł na interes” wydanym we współpracy z Instytutem Badań nad Gospodarką Rynkową, Krajową Izbą Gospodarczą i innymi krajowymi i międzynarodowymi instytucjami.

- 4) Oferta inwestycyjna miasta była prezentowana podczas misji gospodarczej do Stanów Zjednoczonych Ameryki.

### **III. PROMOCJA WEWNĘTRZNA – KOMUNIKOWANIE SIĘ Z MIESZKAŃCAMI**

- 1) W oparciu o ustawę o dostępie do informacji publicznej bieżące działania w tym zakresie realizował rzecznik prasowy urzędu poprzez przekazywanie informacji do masmediów oraz zamieszczanie aktualnych danych w Biuletynie Informacji Publicznej, który jest prowadzony w ramach serwisu internetowego Urzędu Miejskiego, a także w bezpłatnym biuletynie samorządowym pt. „Ratusz”.
- 2) W celu zwiększenia zainteresowania mieszkańców działalnością samorządu organizowano konkursy: „Najlepsza strona internetowa Ostrołęki”, „Najpiękniejsza posesja, balkon i ogródek w mieście”, „Wystrój świąteczny posesji, balkonów i ogródków przyblokowych”.
- 3) Rozszerzanie współpracy z organizacjami pozarządowymi realizowano poprzez przekazywanie informacji gospodarczej oraz wskazywanie jednostkom możliwości i sposobów pozyskiwania środków finansowych i pomocy w organizowaniu przedsięwzięć rozwojowych. Inicjowano także seminaria dla organizacji pozarządowych, dotyczące nowych uwarunkowań prawnych związanych z wejściem w życie ustawy o pożytku publicznym i wolontariacie.
- 4) Organizowane są cykliczne spotkania władz miasta z mieszkańcami Ostrołęki zarówno bezpośrednio jak i na antenie Radia „OKO”, których celem jest informowanie społeczeństwa o realizowanych i planowanych działaniach samorządu oraz konsultowanie poszczególnych przedsięwzięć.
- 5) W minionym roku powołano Radę Gospodarczą jako organ doradczy przy Prezydencie Ostrołęki. Współpraca z Radą m.in. umożliwi wymianę myśli gospodarczej i opinii na temat rozwoju gospodarczego miasta oraz wzmocni lobbying na rzecz działań rozwojowych.

### **IV. PROMOCJA POZYTYWNEGO WIZERUNKU MIASTA**

- 1) Ostrołęka jest członkiem Związku Miast Polskich – organizacji zrzeszającej większość polskich miast. Członkostwo w ZMP umożliwia wymianę doświadczeń w zakresie inicjatyw lokalnych, a także upoważnia do zniżek przy udziale m. in. w targach inwestycyjnych oraz w seminariach organizowanych przez ZMP.
- 2) W ramach promocji Ostrołęki i jej mieszkańców w mediach lokalnych, krajowych i zagranicznych prezentacja miasta zamieszczona była w wielu czasopismach oraz na antenie radia i telewizji.
  - stacja telewizyjna „Tele 5” – w ramach relacji z meczu piłki nożnej odbywającego się w Ostrołęce,
  - dodatek „Gazety Współczesnej” pt. „Powiat Ostrołęcki”,
  - miesięcznik „Panorama Polskich Miast”,
  - folder dotyczący Mistrzostw Polski Juniorów w Boksie,
  - „Panorama Firm - Ostrołęka 2004/2005”,
  - Polskie Książki Telefoniczne - Ostrołęka 2005,
- 3) W roku ubiegłym Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce zorganizowało kolejną inscenizację historycznej bitwy z 1831 r., co przyczyniło się w istotny sposób do promocji miasta. Ponadto Muzeum prowadziło lekcje muzealne z zakresu historii Ostrołęki i jej zabytków. Otwarto również nowe wystawy: jedna poświęcona dziejom miasta i druga poświęcona bitwie z 26 maja 1831 r. Muzeum

uczestniczyło także w wydaniu albumu prac ostrołęckiego malarza Stanisława Skolimowskiego.

- 4) Ostrołęckie Centrum Kultury w swojej działalności realizowało przedsięwzięcia promujące nasze miasto poprzez organizację imprez o zasięgu ogólnopolskim, propagowanie informacji o działalności własnej (strona internetowa, miesięcznik „Bywalec”, reklama w radiu OKO), a także promocję amatorskiego ruchu artystycznego. Na uwagę zasługuje fakt, że pokazy Ostrołęckiej Sceny Amatora odbywały się w minionym roku m.in. w Warszawie – na Paradzie Schumanna oraz na Regionalnym Zjeździe Klubów Europejskich. Ponadto działające w OCK grupy i zespoły uczestniczą w wielu ogólnopolskich przeglądach i turniejach, często zastając laureatami i zdobywając wysokie pozycje w konkursach. Zespół Pieśni i Tańca „Kurpie” zdobył trofea na turniejach w Puławach, Warszawie, Toruniu, Olsztynie, Drohiczynie, Płońsku, Białej Podlaskiej, Wieliszowie i Mławie. Podkreślić też należy sukcesy kabaretu „Mafioła”, który zdobył I miejsce na Mazowieckim Przeglądzie Zespołów Kabaretowych STOPA i na przeglądzie kabaretowym w Sejnach.
- 5) Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji prowadził działania o charakterze promocyjnym organizując imprezy sportowe o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym.
- 6) W minionym roku odbyła się w Ostrołęce impreza „Strong Man” organizowana przez telewizję TVN.

## **V. DYNAMIZACJA ROZWOJU GOSPODARCZEGO - WZMOCNIENIE LOKALNEGO SYSTEMU GOSPODARCZEGO**

- 1) Wzrost otwartości gospodarki lokalnej na zewnątrz oznacza wzrost sprzedaży produktów i usług wytwarzanych przez lokalne przedsiębiorstwa na zewnętrznych rynkach. Jednym ze sposobów realizacji powyższego celu jest promocja oferty gospodarczej lokalnych przedsiębiorstw. Zadania w tym zakresie realizowały lokalne instytucje otoczenia biznesu. Ostrołęckie Forum Gospodarcze pod patronatem Prezydenta Miasta organizowało plebiscyty i konkursy promujące lokalne firmy i ich produkty. Regionalna Izba Gospodarcza „Ostrołęka Nas Zjednoczy” zorganizowała pod honorowym patronatem Prezydenta Ostrołęki misję gospodarczą do Stanów Zjednoczonych Ameryki. Ponadto opracowano interaktywną bazę ofert gospodarczych przedsiębiorstw zrzeszonych w Izbie. Jednocześnie RIG „ONZ” realizował projekt pn.: „Podsumowanie kosztów i korzyści wynikających dla jednostek samorządu terytorialnego z powiatu ostrołęckiego z członkostwa w UE”.
- 2) Zgodnie z uchwałą Rady Miejskiej stosowane były ulgi w podatku od nieruchomości dla przedsiębiorców rozpoczynających działalność na terenie miasta w zakresie produkcji i usług oraz spełniających określone kryteria związane z zatrudnieniem pracowników. W 2003 r. z ulgi skorzystały dwie firmy, natomiast w 2004 r. z tego rodzaju ulgi nie skorzystało żadne przedsiębiorstwo.
- 3) Kolejnym działaniem wspierającym rozwój przedsiębiorczości było podjęcie przez Radę Miejską Uchwały nr 307/XXIX/2004 w sprawie zwolnienia z opłat od wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej osób bezrobotnych oraz absolwentów szkół ponadpodstawowych i wyższych.
- 4) Na podstawie uchwały Nr 318/XXXI/2004 Rady Miejskiej w Ostrołęce z dnia 29 grudnia 2004 r. w sprawie utworzenia spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w dniu 30 grudnia 2004 r. podpisany został akt założycielski

Międzypowiatowego Funduszu Poręczeń Kredytowych Spółka z o.o. z siedzibą w Ostrołęce.

Celem działania Funduszu jest wspieranie sektora MSP z uwzględnieniem osób rozpoczynających działalność gospodarczą w dostępie do kapitału na finansowanie planowanych przedsięwzięć poprzez udzielanie poręczeń kredytowych.

Miasto wniosło na kapitał zakładowy spółki 55.000 zł i objęło 55 udziałów po 1.000 zł każdy. W Budżecie Miasta Ostrołęki na rok 2005 zaplanowano kwotę 150.000 zł na podwyższenie kapitału zakładowego Międzypowiatowego Funduszu Poręczeń Kredytowych z siedzibą w Ostrołęce.

Nadzwyczajne Włone Zgromadzenie Agencji Rozwoju Regionalnego SA w Ostrołęce w dniu 17 stycznia 2005 r. podjęło uchwałę w sprawie przystąpienia Agencji do Międzypowiatowego Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o. poprzez wniesienie wkładu pieniężnego w wysokości 20 tys. zł i objęcie udziałów w spółce.

Jednocześnie podejmowane są działania i rozmowy związane z przystąpieniem do MFPK innych samorządów terytorialnych. Wstępną pisemną deklarację współpracy przesłał również Bank Gospodarstwa Krajowego. Jednakże zasilenie Funduszu przez Bank możliwe będzie dopiero wówczas, kiedy zgromadzony kapitał osiągnie minimum 1 mln zł.

## **VI. ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W MIEŚCIE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ**

- 1) Podczas „Dni Ostrołęki” od pięciu lat Urząd Miejski i Ostrołęckie Forum Gospodarcze organizuje wspólnie „Prezentacje Gospodarcze”, którym towarzyszą seminaria i konkursy dla przedsiębiorców. Podstawowym celem tej cyklicznej imprezy jest promocja ostrołęckich małych i średnich przedsiębiorstw i prezentacja ich ofert gospodarczych. Celem organizatorów jest także możliwość pobudzenia lokalnego rynku pracy poprzez zachęcenie mieszkańców miasta i okolic do zaopatrywania się w rodzimych firmach. Ważna jest również animacja międzynarodowych kontaktów gospodarczych, społecznych i kulturalnych oraz tworzenie lobbingu na rzecz miasta i subregionu.
- 2) W minionym roku podpisano porozumienie pomiędzy Miastem Ostrołęka a firmą J.W. Construction przy udziale ZSZ Nr 2 w Ostrołęce dot. współpracy i sponsorowania przedsięwzięć edukacyjnych na rzecz uczniów Technikum Budowlanego. Oprócz pomocy finansowej i rzeczowej uczniowie będą odbywać praktyki zawodowe w jednej z największych firm developerskich w kraju. Najlepsi otrzymają od J.W Construction stypendia, a po ukończeniu szkoły mogą liczyć na zatrudnienie i dofinansowanie czesnego w przypadku podjęcia studiów. Jednym z celów powyższego przedsięwzięcia jest umożliwienie uczniom Technikum Budowlanego poznania najnowocześniejszych technologii w budownictwie i nabycie umiejętności ich stosowania, a jednocześnie dostosowanie do wymagań rynku pracy.
- 3) Na przestrzeni dwóch ostatnich lat władze Ostrołęki wraz lokalnymi przedsiębiorcami podejmowały starania na rzecz utrzymania w mieście Oddziału Urzędu Celnego, które zakończyły się sukcesem.
- 4) W ramach pomocy publicznej dla przedsiębiorców miasto wykorzystując obowiązujące przepisy prawne stosuje umorzenia i odroczenia w płatnościach podatku od nieruchomości i podatku od środków transportu. W 2004 r. wydano

9 decyzji dot. podatku od nieruchomości i 12 decyzji w ramach podatku od środków transportu.

## **VII. DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PRZYGOTOWANIEM MIASTA DO ABSORBCJI FUNDUSZY UNIJNYCH**

Podjęmowane są bieżące działania, których celem jest stworzenie warunków umożliwiających absorpcję środków z funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności na rozwój infrastruktury w mieście:

- W grudniu 2004 r. podpisano umowę z Wojewodą Mazowieckim dot. dofinansowania obwodnicy Ostrołęki (ul. Bohaterów Warszawy – ul. Bohaterów Westerplatte) w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego. Całkowity koszt inwestycji opiewa na 46.273.000 zł, kwota uzyskana z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego wynosi 34.704.750 zł.
- Opracowano aplikację pt.: „Stacja segregacji odpadów komunalnych Miasta Ostrołęki i gmin powiatu ostrołęckiego”. Rozpatrzenie wniosku odłożono do czasu przyjęcia przez Radę Miejską „Planu gospodarki odpadami dla Miasta Ostrołęki na lata 2004-2015”.
- Trwają prace nad przygotowaniem aplikacji projektu pn. „Modernizacja i rozbudowa systemu odbioru ścieków w Ostrołęce i gminie Olszewo-Borki”. Całkowita wartość projektu 110.047 tys. zł, w tym planowane dofinansowanie z Funduszu Spójności 80.451.424 zł.
- Miasto Ostrołęka wraz z Radą Regionalną FSNT NOT w Ostrołęce, Regionalną Izbą Gospodarczą „ONZ” oraz firmą „STARGLASS” Sp. z o.o. współpracując z partnerami z Węgier, Finlandii i Portugalii uczestniczy w realizacji pilotażowego programu pn.: „Nieformalne metody ochrony własności intelektualnej małych i średnich przedsiębiorstw”: Projekt finansowany jest ze środków programu Leonardo da Vinci. W kwietniu br. w Ostrołęce odbędzie się spotkanie partnerów ze wszystkich krajów uczestniczących w projekcie.
- Miasto Ostrołęka otrzymało fundusze na stypendia finansowane ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz z budżetu państwa w ramach działania 2.2 "Wyrównywanie szans edukacyjnych poprzez programy stypendialne" Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego. Urząd Marszałkowski ogłosił listy rankingowe i przyznane kwoty dofinansowania. Ostrołęka w rankingu dla studentów zajęła 15-te miejsce, otrzymując 89 punktów na sto możliwych. Miastu przyznano kwotę 109.733 zł, czyli 18,9 proc. zapotrzebowania, które szacowano na 574.200 zł dla 316 studentów. W kategorii młodzieży wiejskiej ze szkół ponadgimnazjalnych miasto zajęło 19-tą pozycję, uzyskując 88 punktów na sto możliwych, kwota do dyspozycji to 1.359.600 zł. Miasto złożyło zapotrzebowanie na 1.554.000 zł dla 1295 uczniów. Otrzymana kwota to 89 proc. zapotrzebowania. Wyniki rywalizacji naszego miasta z innymi ośrodkami samorządowymi na terenie województwa mazowieckiego mogą cieszyć. Natomiast niedosyt pozostaje przy rozpatrywaniu sumy przyznanej na stypendia dla ostrołęckich studentów, gdzie zaledwie co piąty występujący będzie mógł otrzymać pomoc finansową. Taka sytuacja spowodowana jest

ogólną kwotą, jaka była przeznaczona w naszym województwie na pomoc stypendialną dla studentów.

- Miasto Ostrołęka złożyło aplikację dotyczącą szkoleń z języka angielskiego dla pracowników Urzędu Miejskiego finansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz z budżetu państwa. Jednak w pierwszej turze naboru wniosków nasz projekt przegrał konkurencję z innymi wnioskodawcami.
- Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Ostrołęce realizuje na terenie miasta Ostrołęki i powiatu ostrołęckiego dwa projekty współfinansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie zawartych z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Warszawie umów o dofinansowanie w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich:
  - 1) „Usługi instytucji rynku pracy szansą podniesienia aktywności zawodowej młodych ludzi”;
  - 2) „Wirtualna firma – szansą na przedsiębiorczość i aktywizację zawodową młodzieży”.

Projekty realizowane są w miesiącach: luty – maj 2005 r.

Projekt pn. „Usługi instytucji rynku pracy szansą podniesienia aktywności zawodowej młodych ludzi” jest akcją informacyjną i ma na celu promowanie wśród młodzieży mobilnych oraz elastycznych postaw w działaniu na rynku pracy. Projekt skierowany jest do młodych ludzi poniżej 25 roku życia, bezrobotnych przez okres do 24 miesięcy.

Akcja informacyjna realizowana jest przez:

- 1) cykl 6 artykułów prasowych,
- 2) cykl 6 audycji radiowych,
- 3) cykl 11 spotkań informacyjnych, po jednym spotkaniu w każdej z gmin powiatu ostrołęckiego (spotkania odbędą się w okresie od 22 marca do 5 maja 2005 r.).

Bardzo istotnym elementem tego projektu jest przeprowadzenie spotkań informacyjnych z udziałem przedstawicieli Klubu Pracy PUP w Ostrołęce, Centrum Informacji i Planowania Kariery Zawodowej Filii w Ostrołęce WUP w Warszawie oraz Mobilnego Centrum Informacji Zawodowej OHP w Ostrołęce.

Akcja informacyjna wzbogacona jest dodatkowo przygotowanymi 600 plakatami informacyjnymi oraz 1200 kompletami materiałów informacyjno – promocyjnych o usługach instytucji wspierających rynek pracy.

Projekt pn. „Wirtualna firma – szansą na przedsiębiorczość i aktywizację zawodową młodzieży” skierowany jest do młodych ludzi poniżej 25 roku życia, bezrobotnych przez okres do 24 miesięcy, a jego celem jest profesjonalne przygotowanie do zakładania i prowadzenia indywidualnej działalności gospodarczej.

W ramach projektu uczestnicy wezmą udział w dwóch modułach szkoleniowych:

- ✓ moduł I - Jestem przedsiębiorczy - mający na celu podniesienie samooceny i przygotowania uczestników do zmierzenia się z ryzykiem wynikającym z podjęcia działalności gospodarczej;
- ✓ moduł II - Wirtualna firma - mający na celu umożliwienie uczestnikom sprawdzenia swojego pomysłu na działalność gospodarczą, w którym nastąpi powiązanie teoretycznej i praktycznej wiedzy umożliwiającej samozatrudnienie.



Dzięki realizacji innowacyjnego projektu uczestnicy zdobędą praktykę w warunkach realnej rzeczywistości bez konieczności ponoszenia konsekwencji z tytułu tej praktyki.

### **VIII. ROZSZERZANIE KONTAKTÓW PARTNERSKICH**

Rozwój kontaktów międzynarodowych z wybranymi miastami z zagranicy, sprzyjać powinien kształtowaniu szczególnie wśród młodych mieszkańców miasta postaw przygotowujących ich do życia i funkcjonowania w społeczeństwie multikulturowym poprzez nawiązywanie kontaktów międzyludzkich, poprzez uczestnictwo we wspólnych imprezach sportowych i kulturalnych oraz wymianę informacji i doświadczeń w poszczególnych dziedzinach życia. Ważnym elementem w wymiarze gospodarczym jest tworzenie korzystnych warunków do rozwoju współpracy przedsiębiorców i organizacji społecznych.

Partnerska współpraca z innymi miastami zagranicznymi służyć powinna rozwiązywaniu problemów rozwojowych. Realizacja tego celu nastąpi głównie poprzez:

- uwzględnienie w priorytetach współpracy zagranicznej wcześniejszych porozumień i kontaktów z krajami Unii Europejskiej, utrzymywanie i rozwój kontaktów z krajami Unii Europejskiej;
- nawiązywanie współpracy /miasta bliźniacze/ i wymiana doświadczeń w celu efektywnego wykorzystania środków z funduszy strukturalnych;
- kontynuowanie i dalszy rozwój współpracy z krajami Europy Środkowej i Wschodniej;
- promowanie miasta i regionu poza granicami Polski w celu przyciągania kapitału zagranicznego i rozwoju turystyki z uwzględnieniem całego obszaru Powiatu Ostrołęckiego;
- współpracę ze środowiskami polonijnymi.

#### **Ważniejsze wydarzenia z udziałem partnerów zagranicznych, które miały miejsce w roku 2004:**

- 1) W miesiącu marcu w kolejną rocznicę Niepodległości Republiki Węgierskiej odbyła się wizyta Ambasadora Republiki Węgierskiej w Ostrołęce, która jest stałym elementem współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania zwyczajów i kultury naszych narodów. Tradycyjnie w miesiącu marcu w rocznicę rewolucji węgierskiej Ostrołęka gości przedstawicieli Ambasady Węgierskiej. Podczas wizyty odbyło się spotkanie z władzami Miasta Ostrołęki, uroczyste składanie wieńców pod pomnikiem Generała Józefa Bema oraz zwiedzanie okolicznościowej wystawy w Muzeum Kultury Kurpiowskiej.
- 2) Tradycyjnie w maju podczas „Dni Ostrołęki” odbyła się V edycja targów „Prezentacje Gospodarcze Ostrołęka 2004”. W ramach tej inicjatywy tradycyjnie już wzięli udział przedstawiciele z miast partnerskich: Meppen /Niemcy/, Alytus /Litwa/, Mosty /Białoruś/, Balassagyarmat /Węgry/. Udział w targach partnerów zagranicznych miał na celu rozszerzenie dotychczasowej współpracy w zakresie możliwości gospodarczych, wymianę informacji,

doświadczeń lokalnych i zagranicznych przedsiębiorców. Podczas targów została zorganizowana konferencja o tematyce gospodarczej. Udział delegacji zagranicznych podkreślił europejski wymiar imprezy. Podczas targów została zorganizowana konferencja pn. „Wymiana gospodarcza w nowej Europie i szanse jej rozwoju – Ostrołęckie małe i średnie przedsiębiorstwa w Unii Europejskiej”. Impreza ta jest organizowana corocznie w terminie „Dni Ostrołęki” umożliwia uczestnictwo przedstawicieli delegacji zagranicznych w innych imprezach kulturalnych organizowanych w tym czasie w naszym mieście.

- 3) Na przełomie miesiąca marca i kwietnia Prezydent miasta uczestniczył w misji gospodarczej przedsiębiorców oraz przedstawicieli samorządu w Stanach Zjednoczonych w ramach realizacji porozumienia o współpracy z Euro Trade Prom LLC oraz Radcą Handlowym Ambasady RP w Nowym Jorku. Następnie w ciągu dalszych miesięcy kontynuowane były kontakty z miastem Derby w Stanach Zjednoczonych w celu nawiązania współpracy partnerskiej pomiędzy Derby a Ostrołęką, a w przyszłości pomiędzy przedsiębiorcami.
- 4) Odbывała się dalsza realizacja programu MAC-SSIIM Leonardo da Vinci II – poprzez kolejne międzynarodowe spotkania partnerskie w portugalskim mieście Porto oraz w Ostrołęce. Program adresowany do małych i średnich przedsiębiorstw nosi nazwę „Nieformalne metody ochrony własności intelektualnej”. Podstawą projektu MAC-SSIIM – jest szkolenie w zakresie współpracy wielu animatorów dla MSP poprzez nieformalne zarządzanie własnością intelektualną. W ramach projektu MAC-SSIIM opracowywany jest program szkoleniowy w zakresie zarządzania prawami własności intelektualnej, współpracując z pochodzącymi z wielu krajów „zespołami MAC”. Program składa się z czterech pakietów szkoleniowych, z których każdy został zaprojektowany dla konkretnej grupy docelowej: MSP, trenerów, sieci oraz związanych z nimi kluczowych osób i instytucji towarzyszących.
- 5) W czerwcu w ramach wizyt przedstawicieli Ostrołęki w miastach partnerskich w celu kontynuowania wzajemnej współpracy przedstawiciele samorządu Ostrołęki i Ostrołęckiego Forum Gospodarczego uczestniczyli w obchodach „Dni Alytusa” – miasta partnerskiego na Litwie. Podczas wizyty delegacja odwiedziła m.in. „Międzynarodową Wystawę Alytus 2004”. Informacje na temat wystawy zostały przekazane lokalnym ostrołęckim przedsiębiorcom celem zainteresowania ich uczestnictwem w wystawie.
- 6) W miesiącu lipcu odbyła się wizyta przedstawicieli naszego miasta w mieście partnerskim Mosty na Białorusi, gdzie uczestniczyli w obchodach 60-lecia wyzwolenia Republiki Białoruskiej od faszystowskiego najeźdźcy. Podczas pobytu ostrołęczanie odwiedzali miejscowe szkoły oraz przedsiębiorstwa zachęcając do współpracy z polskimi firmami.
- 7) Z okazji 10-lecia partnerstwa pomiędzy Meppen a Ostrołęką odbyła się w miesiącu wrześniu wizyta radnych Rady Miejskiej oraz przedstawicieli Miasta Ostrołęki w Meppen /Niemcy/. Podczas wizyty samorządowcy z Ostrołęki mieli okazję do wymiany doświadczeń w zakresie funkcjonowania samorządów obu miast, delegacja zwiedziła m.in. Szpital w Meppen zapoznając się z warunkami leczenia oraz zasadami funkcjonowania służby zdrowia w Meppen, jak również pokazano i przedstawiono zasady przygotowywania terenów pod inwestycje w okolicach Meppen.
- 8) W ubiegłym roku Miasto Ostrołęka zgłosiło swój akces do Programu Inicjatywy Wspólnotowej Urbact, tworzącego sieć miast URBAN wokół dwóch celów:

- rozwoju międzynarodowej wymiany doświadczeń między miastami uczestniczącymi w programach URBAN I,II oraz w Miejskich Projektach Pilotażowych,

- gromadzenia informacji uzyskanych z analizy tych doświadczeń.

Miasto skupiło się na Działaniu 1 – Sieci tematyczne - zgłaszając chęć przystąpienia do sieci tematycznej ECO-FIN-NET Inicjatywy gospodarcze oraz tworzenie nowych miejsc pracy w charakterze miasta – eksperta. Obecnie oczekujemy na odpowiedź Sekretariatu Urbact w tej sprawie.

9) Z powodzeniem realizowana jest współpraca partnerska w dziedzinie sportu. W grudniu 2004 odbył się „VIII Międzynarodowy Turniej Koszykówki Młodziczek o Puchar prezydenta Miasta Ostrołęki”, którego organizatorem był Uczniowski Klub Sportowy „Diament” w Ostrołęce. W turnieju poza drużynami sportowymi z Ostrołęki i innych miast Polski wzięły udział drużyny sportowe z miast partnerskich Mosty, Alytusa oraz po raz pierwszy w tym roku z Meppen.

10) W Zespole Szkół nr 5 im. Unii Europejskiej w Ostrołęce odbyło się w dniach 17 – 21 stycznia 2005 roku międzynarodowe spotkanie nauczycieli z 9 europejskich szkół. Była to wizyta przygotowawcza w celu wspólnego przystąpienia do europejskiego programu SOCRATES COMENIUS 1- projekty szkolne. W przygotowaniu wspólnego projektu brali udział nauczyciele z Niemiec, Szwecji, Finlandii, Łotwy, Włoch, Francji, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii, Polski. Do projektu przystąpią także szkoły z Rumunii i Austrii, których przedstawiciele nie mogli wziąć udziału we wspólnym przygotowaniu aplikacji. Celem opracowanego przez 11 szkół projektu jest stworzenie wspólnej, stale uzupełnianej przez partnerów, platformy internetowej oraz wykorzystanie w nauczaniu interdyscyplinarnej metody projektu. Proces dydaktyczny będzie odbywał się z wykorzystaniem technik informacyjnych takich jak Internet, CD, wideo–konferencja, e-mail. Głównym zadaniem jest wyposażenie młodzieży w wiedzę i umiejętności niezbędne do sprawnego funkcjonowania w realiach Zjednoczonej Europy, tak aby młodzież nie bała się pokonywania barier kulturowych, językowych, ograniczeń geograficznych i odważnie podejmowała decyzje związane z wyborem kierunku studiów lub pracy nie tylko w kraju, ale i za granicą.

## **PODSUMOWANIE**

Opisane działania marketingowe wynikają ze Strategii Rozwoju Miasta Ostrołęki do 2010 r. Dokument zawiera listę wybranych celów, których zadaniem jest pobudzenie lokalnej gospodarki i rozwój z uwzględnieniem ochrony środowiska naturalnego. Jednocześnie pozwala lepiej zagospodarować zasoby ludzkie, naturalne, materialne oraz określa optymalne ich wykorzystanie. Dokument planistyczny, jakim jest strategia zwiększa szanse miasta na uzyskanie dodatkowych, zewnętrznych źródeł zasilania lokalnego budżetu, w tym funduszy Unii Europejskiej.

W minionym roku opracowywano projekty na planowane priorytetowe inwestycje w mieście, których realizacja będzie współfinansowana ze środków strukturalnych i Funduszu Spójności. Prowadzono bieżące uzupełnianie dokumentów dostosowując je do zmieniających się wytycznych organów centralnych.

Politykę informacyjną określał i realizował Rzecznik Prasowy Urzędu zamieszczając informacje o bieżących działaniach samorządu w lokalnych massmediach oraz miejskim serwisie internetowym (w szczególności w Biuletynie Informacji Publicznej). Internet jest obecnie najpowszechniejszym i najtańszym środkiem przekazu. Ostrołęka należy do samorządów, które najdłużej posiadają własną stronę internetową. Liczba osób odwiedzających stronę www urzędu stale wzrasta. Średni wskaźnik oglądalności w marcu 2004 r. wynosił 395 odwiedzających dziennie, natomiast w styczniu 2005 r. wskaźnik ten był równy 585.

Działania promocyjne samorządu i ich skuteczność jest trudna do zmierzenia i oceny. Efekty są często niedostrzegane lub odległe w czasie, w stosunku do podejmowanych przedsięwzięć. Niemniej jednak miernikiem ich skuteczności może być ogólna sytuacja społeczno-gospodarcza miasta.

Mimo ogólnie złej koniunktury w kraju, Ostrołęka jest nadal miastem rozwojowym. Utrzymuje się dodatni przyrost naturalny, co korzystnie różnicuje Ostrołękę na tle innych miast regionu. Podobnie struktura mieszkańców według wieku – ciągle jest korzystniejsza niż w innych jednostkach terytorialnych z najbliższego otoczenia. W 2004 r. zwiększyły się wpływy do budżetu miasta oraz wzrósł dochód na mieszkańca w porównaniu z 2003 r. Ponadto w 2004 r. był procentowo większy udział wydatków na inwestycje, niż w roku wcześniejszym. Stale poprawia się stan infrastruktury w mieście np. długość sieci wodociągowej z 108 km w 2002 r. wzrosła do 132,9 km w roku 2003, podobnie kanalizacja. Rosną zasoby mieszkaniowe, ogólna liczba mieszkań zwiększyła się z 16.469 w 2002 r. do 17.362 w 2003r. Rosną też średnie zarobki Ostrołęczan. Optymistycznie napawa fakt, że w ostatnim roku zaczęła maleć stopa bezrobocia (w czerwcu – 24,1%, koniec 2004 r. - 22,9%).

Nadzieję na poprawę lokalnej koniunktury i rozwój nowoczesnych technologii dają realizowane i planowane inwestycje największych ostrołęckich firm: Intercell SA – członek grupy Stora Enso, Zespołu Elektrowni „Ostrołęka” SA oraz Spółdzielni Mleczarskiej „Ostrołęka”, która planuje również wzrost zatrudnienia.

W 2004 r. w budżecie miasta na promocję przeznaczono kwotę 80 tys. zł, co stanowiło ok. 0,07% całego budżetu.

Najważniejsze wydatki kształtowały się następująco:

- upominki reklamowe – 22.151,05 zł,
- reklama w publikacjach biznesowych i zakup pakietu fotografii opracowanego w formie elektronicznej – 17.284 zł,
- współpraca zagraniczna 12.478,02 zł,
- składka członkowska w Związku Miast Polskich – 10.059,62 zł,
- wydawnictwa – 6.104 zł,
- seminaria organizowane wspólnie z OFG i RIG „ONZ” – 3.500 zł,
- konkurs „Na najlepszą stronę internetową Ostrołęki” – 2.550 zł,
- przygotowanie i emisja filmu promocyjnego w telewizji – 1.500 zł,
- zakup pucharów na imprezę STRONG MAN telewizji TVN – 849,78,
- wykonanie nowych tablic informacyjnych w języku angielski przy planie miasta, usytuowanym obok ronda Księcia Siemowita III oraz ul. Bogusławskiego – 799,10 zł.

# ZAMIERZENIA W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ NA 2005 ROK

Dokonujące się przemiany polityczne i gospodarcze są powodem poszukiwania przez wspólnotę samorządową sposobów dostosowania lokalnej polityki promocji do nowych, a zwłaszcza przyszłych sytuacji.

Obecnie trwają prace nad zmianą niezadowolającego wizerunku Polski na świecie. Nowe trendy nakazują budowanie marki państwa i określenie jej wartości. „Marka dla Polski”, to nazwa pierwszego etapu „Programu Marketingu Narodowego Polski”, który realizowany jest przez Krajową Izbę Gospodarczą i Instytut Marki Polskiej przy współudziale międzynarodowych konsultantów, którym przewodniczy Wally Olins. Realizatorem projektu „Marka dla Polski” jest również Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych i Polska Organizacja Turystyczna. Partnerem projektu jest także Akademia Marek, którą tworzy ok. stu firm o potwierdzonych audytem certyfikacyjnym najmocniejszych w Polsce markach firmowych. Celem projektu jest znalezienie atrakcyjnej i unikalnej idei dla marki narodowej.

Polska zdaniem W. Olinsa charakteryzuje się dualizmem, a narodową cechą Polaków jest „paradoksalność”. Polacy są pełni pasji i idealistyczni, ale też praktyczni i zaradni, polski charakter cechuje ambicja, ale też praktyczna przyziemność. Z jednej strony jesteśmy religijni, a z drugiej strony sceptyczni. Zdaniem ekspertów napięcia te wyzwalają niepokój, który pobudza do działania. Idea przewodnia ma odzwierciedlać te cechy narodu i kraju, które będą świadczyły o jego odmienności i wyjątkowości oraz musi być prawdziwa. Ideą przewodnią polskiej marki jest zatem „twórcze napięcie”, które zdaniem grupy ekspertów odzwierciedla „sprzeczną naturę” Polski. Określenie to nie jest hasłem, a jedynie ma posłużyć do zbudowania właściwego hasła lub haseł promujących Polskę.

Budowanie marki opiera się na czterech komponentach:

- Produkcje,
- Zachowaniu ludzi,
- Środowisku (miejsce, gdzie prowadzone są określone działania),
- Komunikacji (metody i narzędzia promocyjne).

Biorąc pod uwagę specyfikę naszego kraju, jako produkt określono:

- Eksport produktów regionalnych, które powinny być wysokiej jakości, specyficzne – markowe, a nie masowe,
- Bezpośrednie inwestycje zagraniczne,
- Turystykę,
- Kulturę.

W bieżącym roku rozpoczęto prace nad nowym systemem identyfikacji wizualnej Polski, który będzie wykorzystywany podczas działań promocyjnych. Następnie zostaną opracowane cztery odrębne strategie promocji dla każdego

z wymienionych produktów. Perspektywa czasowa strategii promocyjnej kraju czy regionu powinna wynosić 15-20 lat. Dopiero wówczas można ocenić rezultaty.

Pozytywny wizerunek kraju stanowi podstawę do promocji wspólnot lokalnych. Planujemy działania promocyjne Miasta Ostrołęki tak, aby były one spójne z Programem Marketingu Narodowego Polski.

Jednocześnie zadania promocyjne będą realizowane w większości wspólnie ze starostwem powiatowym, sąsiednimi gminami, organizacjami pozarządowymi oraz zainteresowanymi firmami. Nasze propozycje w zakresie promocji miasta były omawiane na spotkaniach z członkami Rady Gospodarczej. Odbyło się spotkanie w którym uczestniczyli przedstawiciele miasta Ostrołęki, sąsiednich gmin: Lelis, Olszewo-Borki i Rzekuń, starostwa powiatowego oraz lokalnych organizacji okołobiznesowych i największych firm w mieście (których szefowie są jednocześnie członkami Rady Gospodarczej). Celem spotkania było przedstawienie idei wspólnej promocji oraz wyznaczenie jej głównych kierunków. Wszyscy uczestnicy spotkania wyrazili swoje poparcie dla wspólnych działań promocyjnych. Wójtowie sąsiednich gmin zadeklarowali chęć utworzenia wspólnej bazy ofert inwestycyjnych.

Promocja spełnia również rolę informacyjną. Powiadamianie mieszkańców o realizowanych i planowanych działaniach samorządu jest bardzo ważne między innymi ze względu na wyjaśnienie motywów podejmowanych przedsięwzięć.

W budżecie miasta przyjętym na 2005 r. na promocję przewidziano ogółem 120 tys. zł, w tym 20 tys. na otwarty konkurs ofert na realizację zadań publicznych na podstawie ustawy z dn. 24.04.2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. Jest to kwota niższa, niż w latach wcześniejszych, w związku z tym liczba konkretnych zadań promocyjnych będzie musiała być dostosowana do finansowych możliwości, które w pewnym stopniu ograniczają zakres tych zadań. „Harmonogram realizacji projektów promocji miasta Ostrołęki na 2005 r.” zawiera wykaz planowanych działań. Niektóre z nich wymagają określonych nakładów finansowych inne zaś będą możliwe do realizacji bez angażowania środków pieniężnych. W harmonogramie uwzględniono też niektóre propozycje i sugestie Rady Gospodarczej. Odrębnie przedstawiono najistotniejsze przedsięwzięcia w zakresie polityki zagranicznej planowane na rok 2005:

## Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2005 rok

Lp.	Nazwa projektu	Odbiorcy działań	Odpowiedzialny za realizację	Współodpowiedzialny za realizację	Planowany koszt w zł (finansowany z środków na promocję miasta)	Termin realizacji
I.	<b>STWORZENIE I BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI</b>					
1.	Opracowanie wspólnie z sąsiednimi gminami, starostwem powiatowym, lokalnymi organizacjami i zainteresowanymi firmami planu promocji na lata 2006-2008	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM we współpracy ze Starostwem Powiatowym, organizacjami i firmami	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	---	2005 r.
2.	Kontynuacja promocji Ostrołęki poprzez członkostwo w Związku Miast Polskich	inwestorzy, turyści	Prezydent Miasta	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	10.000	2005 r.
3.	Utrzymanie i rozbudowa strony internetowej Urzędu Miejskiego z uwzględnieniem sugestii członków Rady Gospodarczej (katalog firm, list do Prezydenta, księga Ostrołęczan, galeria zdjęć, tapety, wygaszacze)	użytkownicy internetu	Rzecznik Prasowy UM Wydział Organizacji i Informatyzacji Urzędu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	1.000	bieżąca praca
4.	Udział w różnego rodzaju akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych o charakterze regionalnym, krajowym i międzynarodowym oraz imprezach medialnych np. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Planujemy realizację poszczególnych przedsięwzięć wspólnie z sąsiednimi gminami, starostwem powiatowym, lokalnymi organizacjami pozarządowymi oraz zainteresowanymi firmami.	inwestorzy, turyści, mieszkańcy	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki Ostrołęckie Centrum Kultury Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM Referat Spraw Społecznych i Mieszkaniowych	---	bieżąca praca

5.	Wydanie pakietu materiałów promocyjnych o mieście na różnych nośnikach, w tym m.in. prezentacji multimedialnej, przewodnika turystycznego i albumu. Planuje się pozyskanie zewnętrznych środków finansowych na wykonanie publikacji m.in. z funduszy unijnych oraz od zainteresowanych wspólną reklamą organizacji i firm z Ostrołęki i okolic.	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	45.000	2005 r.
6.	Zaproponowanie lokalnym organizacjom i przedsiębiorcom wykorzystania w materiałach promocyjnych nazwy oraz logo i herbu miasta	lokalne firmy i organizacje inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	---	bieżąca praca
7.	Współpraca w zakresie promocji z władzami regionalnymi, w tym m.in. reklama w albumie pt. „Mazowsze”	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	----	2.200	I kwartał 2005 r.
8.	Wydanie szczegółowego planu miasta w formie składanej, ściennej i internetowej.	inwestorzy, turyści, mieszkańcy	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Referat Gospodarki Nieruchomościami Wydział Inwestycji i Dróg Miejska Pracownia Urbanistyczna	publikacja finansowana ze sponsoringu	I półrocze 2005 r.
9.	Wykonanie witaczy przy drogach wjazdowych do Ostrołęki	osoby odwiedzające Ostrołękę, turyści	Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	2005 r.
10.	Kultura na rzecz promocji - Ostrołęckie Centrum Kultury oprócz cyklicznych imprez ogólnopolskich, promocji działalności własnej oraz amatorskiego ruchu artystycznego w br. będzie również organizatorem Mistrzostw Polski w Tańcu Towarzyskim. W imprezie weźmie udział ponad 300 par z całej Polski oraz 12 sędziów, w tym z zagranicy.	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Ostrołęckie Centrum Kultury	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	bieżąca praca



11.	Muzeum Kultury Kurpiowskiej tradycyjnie już zorganizuje inscenizację historycznej bitwy pod Ostrołką z 1831 r. Ponadto zostanie przygotowana wystawa poświęcona ikonografii miasta przedstawionej na starych pocztówkach oraz wydany obszerny katalog z ok. 150 widokami przedwojennej Ostrołki.	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	---	2005 r.
12.	Promocja miasta poprzez wspieranie znanych ostrołęckich sportowców	uczestnicy imprez sportowych w kraju i za granicą	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	1.500	bieżąca praca
13.	Zakup upominków reklamowych związanych z miastem i regionem Kurpiowszczyzny	inwestorzy, turyści i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	10.000	2005 r.
14.	Promocja miasta i okolic w publikacjach biznesowych i turystycznych, a także w internecie m.in. przystąpienie do projektu ZobaczPolske.pl Planujemy wspólną promocję z sąsiednimi gminami, starostwem powiatowym, lokalnymi organizacjami pozarządowymi oraz zainteresowanymi firmami.	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	5.300	2005 r.
<b>II.</b>	<b>PROMOCJA ZEWNĘTRZNA MAJĄCA NA CELU POZYSKIWANIE NOWYCH INWESTYCJI</b>					
1.	Stworzenie wspólnej oferty inwestycyjnej z sąsiednimi gminami: Rzekuń, Lelis i Olszewo-Borki tj. wspólnej bazy terenów inwestycyjnych i ewentualnie jednolitej polityki podatkowej wobec nowych podmiotów gospodarczych.	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Prezydent Ostrołki w porozumieniu z władzami powiatu i gmin	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Finansów, Budżetu, Podatków i Opłat Miejska Pracownia Urbanistyczna Referat Gospodarki Nieruchomościami	----	I kwartał 2005r.

2.	Aktualizacja bazy zasobów inwestycyjnych	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta, w porozumieniu z władzami powiatu i gmin	Referat Gospodarki Nieruchomościami Miejska Pracownia Urbanistyczna Wydział Inwestycji i Dróg	---	bieżąca praca
3.	Współpraca z Urzędem Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego i Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA w zakresie popularyzacji terenów inwestycyjnych Ostrołęki i okolic	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta w porozumieniu z władzami powiatu i gmin	Referat Gospodarki Nieruchomościami Wydział Inwestycji i Dróg Miejska Pracownia Urbanistyczna	---	bieżąca praca
4.	Promocja oferty inwestycyjnej Ostrołęki przy zastosowaniu różnych form i narzędzi m.in. serwis internetowy UM, bazy internetowe, materiały drukowane, prezentacje multimedialne, promocja bezpośrednia	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM w porozumieniu z władzami powiatu i gmin	Referat Gospodarki Nieruchomościami Wydział Inwestycji i Dróg Miejska Pracownia Urbanistyczna	5.000	bieżąca praca
5.	Bezpośrednie kontakty z potencjalnymi inwestorami zarówno władz miasta jak i lokalnych przedsiębiorców na rzecz kreowania wizerunku Ostrołęki - jako idealnego miejsca do prowadzenia biznesu	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Prezydent Ostrołęki Przedstawiciele lokalnego biznesu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	---	bieżąca praca
6.	Stosowanie preferencyjnych stawek podatku od nieruchomości dla nowych inwestorów	inwestorzy krajowi i zagraniczni lokalni przedsiębiorcy	Wydział Finansów, Budżetu, Podatków i Opłat	---	---	2005 r.
7.	Przeprowadzenie kampanii promocyjnej rewitalizowanego obszaru miasta jako miejsca działalności gospodarczej	ostrołęckie przedsiębiorstwa inwestorzy zewnętrzni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	2005 r.
<b>III.</b>	<b>PROMOCJA WEWNĘTRZNA - KOMUNIKOWANIE SIĘ Z MIESZKAŃCAMI</b>					
1.	Prowadzenie bieżącej polityki informacyjnej w szczególności w oparciu o ustawę o dostępie do informacji publicznej – aktualizacja BIP	mieszkańcy miasta i okolic	Rzecznik Prasowy UM	komórki organizacyjne i jednostki miasta	---	bieżąca praca

2.	Rozszerzanie współpracy Urzędu z organizacjami tzw. otoczenia biznesu, pozarządowymi oraz młodzieżowymi	mieszkańcy Ostrołęki, lokalne organizacje massmedia	Rzecznik Prasowy UM Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	bieżąca praca
3.	Organizowanie różnego typu imprez kulturalnych, sportowych i gospodarczych oraz akcji społecznych mających na celu zwiększenie zainteresowania różnych środowisk tym co dzieje się w mieście oraz zaangażowania mieszkańców w działalność samorządu, np.: festyny osiedlowe, imprezy szkolne, konkursy organizowane dla mieszkańców, imprezy kulturalne organizowane m.in. przez OCK, akcja „sprzątanie świata” itd	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Rzecznik Prasowy UM	----	bieżąca praca
4.	Informowanie społeczeństwa o przystąpieniu Miasta do akcji pn. „Przejrzysta Polska”, której ideą przewodnią jest promowanie uczciwości i skuteczności w samorządach co powinno przyczynić się do poprawy jakości życia publicznego oraz do pobudzania aktywności obywatelskiej (szczegółowe informacje na <a href="http://www.przejrzystapolska.pl/">http://www.przejrzystapolska.pl/</a> ) Zadania do wykonania m.in.: opracowanie katalogu firm, stworzenie płaszczyzny dialogu i współpracy z organizacjami biznesowymi, opracowanie krótkiego materiału przybliżającego mieszkańcom Strategię Rozwoju i WPI.	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Sekretarz Miasta Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	komórki organizacyjne i jednostki miasta	----	bieżąca praca
5.	Informowanie o bieżących pracach samorządu w biuletynie pt. „Ratusz” oraz w mediach lokalnych i regionalnych	mieszkańcy Ostrołęki i regionu	Rzecznik Prasowy UM	komórki organizacyjne i jednostki miasta	---	bieżąca praca
6.	Zorganizowanie święta miasta – Dni Ostrołęki	mieszkańcy Ostrołęki i regionu, turyści	Wydział Oświaty, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	---	12-26 maja 2005 r.

IV.	ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W MIEŚCIE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ					
1.	Wspieranie rozwoju systemu pożyczek dla nowopowstających podmiotów i gwarancji kredytowych dla lokalnego sektora MSP poprzez udział w Międzypowiatowym Funduszu Poręczeń Kredytowych	osoby zamierzające rozpocząć działalność gospodarczą	Agencja Rozwoju Regionalnego SA Inne samorządy Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	organizacje pozarządowe, instytucje finansowe Powiatowy Urząd Pracy	----	bieżąca praca
2.	Zorganizowanie kolejnej edycji Prezentacji Gospodarczych z uwzględnieniem niektórych elementów zaproponowanych przez członków Rady Gospodarczej	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy, inwestorzy zewnątrzni	Ostrołęckie Forum Gospodarcze, Wydział Promocji i Rozwoju Miasta, OCK, MOSiR, Rzecznik Prasowy UM, Inne samorządy	lokalne massmedia, Wydział Oświaty i Spraw Społecznych	15.000 (w ramach konkursu ofert lub umowa ze współorganizatorem)	21-22 maj 2005 r.
3.	Tworzenie lobbingu na rzecz rozwoju miasta i subregionu	instytucje rządowe i pozarządowe organizacje gospodarcze	Rzecznik Prasowy UM organizacje pozarządowe, władze lokalne, parlamentarzyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	bieżąca praca
4.	Rozważenie propozycji Agencji Rozwoju Regionu Mazowsza Północno-Wschodniego dotyczącej opracowania projektu pn. „Dolina Papierowa”	mieszkańcy i lokalne firmy	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta we współpracy z Agencją Rozwoju Regionu Mazowsza Północno-Wschodniego	Miasto Ostrołęka	---	2005 r.
5.	Realizacja uchwały Rady Miejskiej dotyczącej zwolnień z opłat od wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej osób bezrobotnych i absolwentów szkół ponadpodstawowych i wyższych	mieszkańcy spełniający kryteria określone w uchwale, którzy są zainteresowani rozpoczęciem działalności gospodarczej	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	2005 r.

6.	Działania na rzecz rozwoju ostrołęckich firm, głównie sektora MSP realizują lokalne organizacje. Regionalna Izba Gospodarcza „ONZ” poinformowała, że planuje w czerwcu br. organizację przyjazdowej misji gospodarczej z USA do Ostrołęki. Ponadto wyda katalog ofert gospodarczych pn.: „Niedźwiedzie biznesu Powiatu Ostrołęckiego”.	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy, inwestorzy zewnętrzeni	organizacje pozarządowe zrzeszające lokalnych przedsiębiorców	---	---	2005 r.
7.	Współpraca z Radą Gospodarczą powołaną przy Prezydencie Ostrołęki jako organ doradczy	ostrołęckie przedsiębiorstwa mieszkańcy	Prezydent Ostrołęki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	2005 r.
<b>V.</b>	<b>MONITORING WDRAŻANIA STRATEGII ROZWOJU MIASTA</b>					
1.	Monitoring nad wdrożeniem zapisów Strategii Rozwoju Miasta oraz realizacji zadań inwestycyjnych ujętych w Wieloletnim Planie Inwestycyjnym	Prezydent Miasta, Przedstawiciele Rady Miejskiej	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	komórki organizacyjne Urzędu Miejskiego	---	2005 r.

**podsumowanie 80.000 zł**

podróże służbowe i obsługa delegacji zagranicznych 20.000 zł

otwarty konkurs ofert na realizację zadań publicznych na podstawie ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie 20.000 zł

**Razem 120.000 zł**

## **VI. NAJISTOTNIEJSZE PRZEDSIĘWZIĘCIA W ZAKRESIE POLITYKI ZAGRANICZNEJ PLANOWANE NA ROK 2005:**

- 1) Wizyta Ambasadora USA w Ostrołęce. W miesiącu marcu gościć będzie w ostrołęckim ratuszu Victor Ashe, ambasador Stanów Zjednoczonych, który spotka się z prezydentem Ostrołęki Ryszardem Załuską. Ambasadorowi towarzyszyć będzie John Lowell Armstrong, pierwszy sekretarz ds. politycznych, attache ds. pracy Ambasady Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej. Spotkanie będzie miało charakter kurtuazyjny rozmowy dotyczyć będą ogólnych sytuacji gospodarczej na terenie miasta oraz spraw polonii amerykańskiej przebywającej w USA. W dalszym ciągu kontynuowane będą kontakty z Polonią amerykańską pochodzącą z Ostrołęki.
- 2) Kontynuacja współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania zwyczajów i kultury naszych narodów. Tradycyjnie w miesiącu marcu w rocznicę rewolucji węgierskiej Ostrołęka gości przedstawicieli Ambasady Węgierskiej. Podczas wizyty odbywa się uroczyste składanie wieńców pod pomnikiem Generała Józefa Bema.
- 3) Kontynuacja kontaktów partnerskich z Meppen. W ramach współpracy partnerskiej została opracowana ankieta dla przedsiębiorstw, które byłyby zainteresowane nawiązaniem kontaktu z odpowiednią firmą z Meppen. Ankiety zostały przekazane do organizacji zrzeszających lokalnych przedsiębiorców tj. Ostrołęckie Forum Gospodarcze, Regionalna Izba Gospodarcza „Ostrołęka Nas Zjednoczy” oraz do Dyrektora Łoży Mazowieckiej Business Center Club w Ostrołęce celem zainteresowania przedsiębiorców nawiązaniem współpracy. Przedmiotowa informacja została także umieszczona na stronie internetowej Miasta Ostrołęki. Przekazane wyniki ankiet zostaną odwrotną pocztą przesłane do administracji miasta partnerskiego Meppen.
- 4) Organizacja targów „Prezentacje Gospodarcze Ostrołęka 2005”. W tej inicjatywie wezmą udział przedstawiciele z miast Meppen /Niemcy/, Alytus /Litwa/, Mosty /Białoruś/, Balassagyarmat /Węgry/. Udział w targach partnerów zagranicznych ma na celu podtrzymywanie i rozwijanie kontaktów partnerskich w zakresie współpracy gospodarczej, wymianę informacji, doświadczeń lokalnych i zagranicznych przedsiębiorców. Podczas targów zostanie zorganizowana konferencja o tematyce gospodarczej. Udział delegacji zagranicznych podkreśli międzynarodowy charakter przedsięwzięcia.
- 5) Rewizyta Przedstawicieli Miasta Meppen /Niemcy/ w Ostrołęce. W miesiącu wrześniu planowana jest rewizyta Rady Miejskiej z Meppen oraz przedstawicieli administracji Miasta Meppen w Ostrołęce. Zostanie opracowany program pobytu delegacji niemieckiej ze szczególnym uwzględnieniem propozycji ze strony niemieckiej oraz mający na uwadze wymianę doświadczeń w zakresie funkcjonowania szkolnictwa, gospodarki komunalnej i pomocy społecznej.
- 6) Zgłoszenie uczestnictwa Miasta Ostrołęki do Programu Inicjatywy Wspólnotowej Urbact. W dalszym ciągu prowadzone będą działania mające na celu przystąpienie Ostrołęki do Programu Urbact w ramach Działania I Sieci Tematyczne w charakterze eksperta w zakresie jednym z podanych niżej:
  - ECO-FIN-NET – Sieć Inicjatywy gospodarcze oraz tworzenie nowych miejsc pracy,
  - Cultural Activities – działalność kulturalna a odnowa miast
  - Young People – Młodzież – tworzenie związków pomiędzy szkoła i gminą
  - Information Society – społeczeństwo informacyjne – wymiana informacji na temat zwalczania wykluczenia społecznego poprzez użycie technik informacyjnych –

lokalne centra szkolenia zawodowego, przedsiębiorstwa komunalne oraz programy patronackie.

7) Kontynuowanie kontaktów z miastem Derby w Stanach Zjednoczonych w celu rozważenia możliwości nawiązania współpracy partnerskiej.

8) Dalsza realizacja programu MAC-SSIIIM Leonardo da Vinci II – planowane są kolejne międzynarodowe spotkania partnerskie m.in. w Ostrołęce.

9) Realizacja projektu przygotowywanego w ramach Programu „Rok Niemiec w Polsce” – „Rok Polski w Niemczech” polegającego na prezentacji folkloru kurpiowskiego i twórczości artystycznej - projekt p.n. „Weekend z Ostrołęką” – zostanie zrealizowany w przypadku uzyskania środków finansowych na ten cel z Programu.

10) Kontynuacja współpracy w zakresie sportu poprzez organizowanie przez kluby sportowe przy wsparciu Urzędu Miejskiego turniejów w różnych dyscyplinach sportu m.in. w koszykówce oraz piłce nożnej halowej o Puchar Prezydenta Miasta Ostrołęki z udziałem drużyn z miast partnerskich jak również uczestnictwo naszych sportowców w turniejach organizowanych w miastach partnerskich.

11) Kontynuowanie kontaktu z przedstawicielami samorządu miast fińskich i członkami Izby Handlowej Południowej Ostrobothni, w celu prowadzeniu działań zmierzających do nawiązania kontaktów partnerskich z fińskim miastem Lapua.