

# PREZYDENT MIASTA OSTROŁĘKI



## INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2006 ROKU ORAZ ZAMIERZENIA NA ROK 2007

## SPIS TREŚCI

Wstęp do sprawozdania.....	3
I. Budowanie świadomości marki, kształtowanie pozytywnego wizerunku Ostrołęki..	4
II. Promocja zewnętrzna mająca na celu pozyskiwanie nowych inwestycji.....	5
III. Promocja wewnętrzna – komunikowanie się z mieszkańcami.....	6
IV. Rozwój istniejących w mieście struktur przedsiębiorczości oraz aktywizacja i innowacyjność społeczności lokalnej.....	7
V. Realizacja kontaktów partnerskich.....	8
Podsumowanie sprawozdania.....	10
Zamierzenia w zakresie promocji Miasta i współpracy partnerskiej na 2007 rok.....	11
Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2007 rok.....	13
Najistotniejsze przedsięwzięcia w zakresie polityki zagranicznej do realizacji w roku 2007.....	20

## **Wstęp do sprawozdania**

Ustawy o samorządzie gminnym i powiatowym nakładają 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.

Głównym celem promocji jest kształtowanie pozytywnego wizerunku Ostrołęki jako atrakcyjnego miejsca do inwestowania oraz zasługującego na zainteresowanie turystów. Zadania promocyjne służą realizacji celów określonych w Strategii Rozwoju Miasta. Jednocześnie bardzo ważne jest bieżące komunikowanie się władz samorządowych z mieszkańcami i informowanie o podejmowanych działaniach dotyczących Ostrołęki. Szczegółowe zadania służące osiągnięciu wymienionych celów zostały określone w „Harmonogramie realizacji projektów promocji miasta na 2006 r.”. W dalszej części niniejszego dokumentu przedstawiono opis poszczególnych działań promocyjnych podejmowanych przez Urząd Miasta Ostrołęki. Ponadto przedsięwzięcia o charakterze promocyjnym realizowały jednostki organizacyjne Miasta, jednostki współpracujące oraz lokalne organizacje tzw. otoczenia biznesu.

Osobą odpowiedzialną za przedstawienie „Informacji z realizacji zadań w zakresie promocji Miasta i współpracy partnerskiej w 2006 roku oraz zamierzeń na rok 2007” w toku prac legislacyjnych i na sesji Rady Miasta Ostrołęki jest Pani Marianna Zaborowska – Dyrektor Wydziału Promocji i Rozwoju Miasta.

## I. BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI, KSZTAŁTOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU OSTROŁĘKI

1. Urząd Miasta utrzymywał i rozbudowywał własny serwis internetowy: [www.ostroleka.pl](http://www.ostroleka.pl). Oprócz bieżących informacji dotyczących wydarzeń w Ostrołęce oraz danych w Biuletynie Informacji Publicznej dołączone były nowe komponenty zwiększające atrakcyjność serwisu i służące promocji Miasta. W 2006 r. serwis został wzbogacony o 14-cie nowych panoram w ramach „wirtualnego spaceru” – umożliwiającego zwiedzenie najciekawszych miejsc w Ostrołęce. Opisy poszczególnych panoram są w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Ponadto wdrożono system składający się z interaktywnego planu Ostrołęki i internetowego informatora miejskiego – wykonanego w trzech wersjach językowych: polskiej, angielskiej i niemieckiej. System umożliwia automatyczne wprowadzanie i wyszukiwanie podmiotów funkcjonujących na terenie Miasta, z podziałem na różne branże. Jednocześnie wirtualny spacer został zamieszczony pod adresem: [www.zobaczpolske.pl](http://www.zobaczpolske.pl). Nowe elementy serwisu zyskały duże uznanie internautów.
2. Miasto uczestniczyło w różnych akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych oraz imprezach medialnych, w tym: obchodach 85-lecia działalności Mazowieckiego Związku Piłki Nożnej, święcie 5. Pułku Ułanów Zasławskich, Gali Boksu, Mistrzostwach Świata Niedosłyszących i Nieśłyszących w Szachach na Węgrzech.
3. W minionym roku kontynuowano ustawianie tablic z planem Miasta na ostrołęckich osiedlach. Wykonano sześć nowych tablic z planem Ostrołęki, zawierających m.in. powiększony plan danego osiedla: Leśne, Łazek, Bursztynowe, Sienkiewicza, Łęczysk oraz Dzieci Polskich.
4. W ramach promocji Ostrołęki i jej mieszkańców w mediach lokalnych, krajowych i zagranicznych prezentacja Miasta zamieszczona była w następujących publikacjach i czasopismach:
  - albumie fotograficznym województwa mazowieckiego pt. „Perły Mazowsza”, opracowanym przez Pomorską Oficynę Wydawniczo-Reklamową;
  - folderze pt. „Powiat ostrołęcki” wydanym przez Agencję „Informedia”;
  - magazynie „Europa Samorządowa. Fakty”;
  - miesięczniku „Panorama Polskich Miast i Gmin”;
  - „Tygodniku Ostrołęckim”;
  - Informatorze Województwa Mazowieckiego na 2006 r.
5. W celu promocji Miasta i regionu Kurpiowszczyzny zakupiono 70 egz. książki pt.: „Związek Harcerstwa Polskiego na Kurpiowszczyźnie” cz. I Stanisława Dawidczyka oraz 30 egz. albumu pt.: „Kapliczki kurpiowskie w twórczości Teresy Piórkowskiej -Ciepierskiej”.
6. Prowadzona była ciągła dystrybucja folderów promocyjnych oraz upominków reklamowych z herbem i logo Ostrołęki oraz wyrobów ludowych związanych z Kurpiowszczyzną. Materiały informacyjno-promocyjne o Ostrołęce były rozprowadzane nie tylko przez Urząd Miasta, ale również w ramach działań Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego oraz szeregu instytucji i organizacji działających w Mieście.
7. W 2006 r. Prezydent Ostrołęki objął swoim patronatem plebiscyt pn.: „Bursztyny 2005”, którego celem było uhonorowanie osób i wydarzeń w następujących kategoriach: osobowość, nadzieja, przedsiębiorca, sportowiec, wydarzenie, producent rolny. Rozstrzygnięcie plebiscytu odbyło się 31.03.2006 r. Prezydent Ostrołęki był m. in. fundatorem nagród.

8. W 2006 roku Ostrołęka kontynuowała członkostwo w Związku Miast Polskich. Przynależność do ZMP umożliwiała wymianę doświadczeń w zakresie inicjatyw lokalnych, a także upoważniała do zniżek przy udziale w targowych imprezach promocyjnych oraz w szkoleniach i seminariach organizowanych przez ZMP.
9. Ostrołęckie Centrum Kultury jako instytucja miejska prowadziła działalność, która nierozdzielnie łączy się z promocją różnych dziedzin sztuki i promocją Ostrołęki. Działania te realizowane były w kilku obszarach: poprzez organizację imprez o zasięgu ogólnopolskim, promocję działalności własnej OCK oraz promocję amatorskiego ruchu artystycznego.
10. Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji zorganizował XIII Międzynarodowy Halowy Turniej Piłki Nożnej im. Aleksandra Harabasza.
11. Miejska Biblioteka Publiczna im. W. Gomułickiego zorganizowała X Spotkania Literackie na Kurpiach. Ponadto MBP zorganizowała XIV Ostrołęcki Konkurs Literacki im. Dionizego Maliszewskiego pn. *I chcę tej ziemi być wierny...*
12. Środowiskowe Domy Samopomocy przy ul. Farnej 21 i ul. St. Kosa 12A funkcjonujące w strukturze organizacyjnej Miejskiego Ośrodka Pomocy Rodzinie realizując swoje zadania statutowe organizowały imprezy integracyjne sportowo-kulturalne dla uczestników zajęć w ŚDS i DPS województwa mazowieckiego.
13. W roku ubiegłym Muzeum Kultury Kurpiowskiej zorganizowało wystawę pn.: „Cienie i kamienie. Cmentarz parafialny w Ostrołęce” przybliżającą tematykę najstarszej istniejącej nekropolii ostrołęckiej. Ponadto na wystawach stałych prezentowane były ekspozycje poświęcone historii Miasta: „Ostrolenka dei gratia, ducis et regis” oraz „Bitwa pod Ostrołęką 26 maja 1831 r.”
14. W 2006 r. Stowarzyszenie Rozwoju Turystyki i Rekreacji w Ostrołęce wspólnie z Kurpiowską Organizacją Turystyczną wykonywali działania w zakresie promocji turystycznej Ostrołęki i powiatu ostrołęckiego, w szczególności:
  - Prowadzenie punktu informacji turystycznej w siedzibie przy ul. Kościuszki 21;
  - Bieżące utrzymanie strony internetowej [www.kurpiowskiecentrum.info](http://www.kurpiowskiecentrum.info);
  - Popularyzowanie zagadnień związanych z historią i kulturą naszego miasta poprzez: wydawanie kwartalnika „Wędrowiec nadnarwiański”;
  - Udział w targach turystycznych w kraju i za granicą.

## **II. PROMOCJA ZEWNĘTRZNA MAJĄCA NA CELU POZYSKIWANIE NOWYCH INWESTYCJI**

1. 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.
2. Promocja terenów inwestycyjnych oraz ofert współpracy gospodarczej odbywała się poprzez:
  - Zamieszczenie ich na stronie internetowej Urzędu Miasta, w Ogólnopolskiej Bazie Ofert Inwestycyjnych [www.ofertyinwestycyjne.pl](http://www.ofertyinwestycyjne.pl) oraz pod adresem [www.polishcities.pl](http://www.polishcities.pl) ;
  - Prezentację w publikacjach wydawanych przez Urząd Miejski, jak również w prasie i wydawnictwach biznesowych: „Polish Business Magazine – Poland for investors 2006”, Katalog REFE – Gold Property Journal Editio, Katalog Ofert Inwestycyjnych Polskich Miast i Gmin, który był wydany w formie

- książkowej, na płycie CD, a także zamieszczony w internecie. Ponadto w ramach zawartej umowy dodatkowo wykonany był emailing informacji o ofercie inwestycyjnej Ostrołęki przed rozpoczęciem Real Esteta Economic Forum EMPEX, które odbyło się w dn. 26-28.06.2006 w Londynie;
- Zamieszczenie informacji o Ostrołęce i wolnych terenach w bazie Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA oraz Agencji Rozwoju Mazowsza SA.;
  - Specjalnie opracowane materiały dla potencjalnych inwestorów wraz z ofertami inwestycyjnymi były kolportowane bezpośrednio do zainteresowanych przedsiębiorców oraz do instytucji i organizacji, które pomagają w nawiązywaniu szerokich kontaktów o charakterze gospodarczym.
3. Po kilku latach starań doprowadzono do zagospodarowania nieruchomości położonej w Przytułach Starych, w której pierwotnie miała się znajdować szkoła. Ostatecznie obiekt został zagospodarowany przez Ministra Sprawiedliwości na cele więziennictwa.
  4. Od stycznia 2006 r. obowiązuje Uchwała Nr 428/XLVII/2005 Rady Miasta Ostrołęki z dn. 08.12.2005 r. w sprawie zwolnień od podatku od nieruchomości. Określa ona szczegółowo możliwości uzyskania ulg podatkowych przez przedsiębiorców rozpoczynających działalność gospodarczą na terenie Ostrołęki i tworzących nowe miejsca pracy.
  5. Swój udział w promocji Ostrołęki miały również lokalne firmy, szczególnie będące członkami Łoży Mazowieckiej Business Centre Club. Publikacje o Ostrołęce i osiągnięcia gospodarczych zamieszczane były w magazynie BCC i prasie regionalnej. Lokalne firmy uczestniczyły w akcjach promocyjnych jak: „Medal Europejski”, „Lider Polskiego Biznesu”, „Gazeta Biznesu”. BCC zorganizował plebiscyt dla dziennikarzy pn.: „Ostre Pióro”, a także konkurs „Urząd Skarbowy Przyjazny Przedsiębiorcy”, w którym po raz czwarty wyróżnienie otrzymał Urząd Skarbowy w Ostrołęce.
  6. W dniach 11-14 czerwca 2006 r. odbyła się VII edycja targów pn. „Prezentacje Gospodarcze Łomża-Ostrołęka 2006”. Z inicjatywy ostrołęckich i łomżyńskich przedsiębiorców zrzeszonych w lokalnych organizacjach gospodarczych zeszłoroczne prezentacje po raz pierwszy odbyły się w Łomży.

### **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, zamieszczanie ich w Biuletynie Informacji Publicznej, który jest prowadzony w ramach serwisu internetowego Urzędu Miasta, a także w bezpłatnym biuletynie samorządowym pt. „Ratusz”.
2. Rozszerzanie współpracy z organizacjami pozarządowymi realizowano poprzez przekazywanie informacji gospodarczej oraz wskazywanie możliwości i sposobów pozyskiwania środków finansowych i pomocy w organizowaniu różnych przedsięwzięć.
3. W celu zwiększenia zaangażowania mieszkańców w działalność samorządu organizowane były różnego typu imprezy kulturalne, sportowe i gospodarcze, np. festyny osiedlowe, konkursy dla mieszkańców, itp.
4. Odbywały się cykliczne spotkania władz miasta z mieszkańcami Ostrołęki zarówno bezpośrednio, jak i na antenie Radia „OKO”, których celem było informowanie społeczeństwa o realizowanych i planowanych działaniach samorządu oraz konsultowanie poszczególnych przedsięwzięć.

5. Tradycyjne w dniach 12-26 maja 2006 r. świętowaliśmy Dni Ostrołęki, podczas których odbyło się wiele imprez kulturalnych i sportowych.
6. Urząd Miasta przywiązuje dużą wagę do stałego podnoszenia jakości usług dla mieszkańców. Ostrołęka przystąpiła do akcji społecznej "Przejrzysta Polska", której celem jest promowanie uczciwości i skuteczności w samorządach. W minionym roku uzyskaliśmy certyfikat jakości ISO 9001. Ponadto w Urzędzie funkcjonują dwa biura obsługi interesantów. Pracownicy tych biur służą wszystkim osobom zgłaszającym się do Urzędu pełną pomocą w zakresie załatwianych spraw.

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

1. W 2006 r. Rada Miasta przyjęła do realizacji Lokalny Program Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Ostrołęki na lata 2006-2010 – Uchwała nr 512/2006 z dn. 29.06.2006 r. Do zadań organów jednostek samorządu terytorialnego należy wspieranie działalności gospodarczej, w szczególności poprzez: tworzenie prawa lokalnego przyjaznego działalności gospodarczej, przygotowanie terenów inwestycyjnych, realizacja projektów pro-rozwojowych, promowanie przedsiębiorczości, prowadzenie działalności informacyjnej i oświatowej, w tym organizowanie szkoleń w zakresie rozwoju przedsiębiorczości jak również współdziałanie z samorządem gospodarczym, organizacjami pracodawców oraz innymi organizacjami przedsiębiorców. Ważne jest, że instrumenty te zostały zidentyfikowane i ujęte w formie Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości.
2. W roku 2006 Miasto Ostrołęka przystąpiło do dwóch funduszy poręczeniowych:
  - **Mazowieckiego Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o.**, obejmując 1 udział w wysokości 10.000 zł. Przedsiębiorcy z Ostrołęki mogli ubiegać się w Funduszu Mazowieckim o poręczenie również wcześniej, jednakże obecnie jako udziałowiec Miasto Ostrołęka jest na preferencyjnych warunkach (niższa prowizja od poręczenia).
  - **Łomżyńskiego Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o.**, obejmując 7 udziałów po 500 zł każdy na łączną kwotę 35.000 zł. Po przystąpieniu Miasta Ostrołęki do Funduszu zmieniono Umowę Funduszu powiększając zasięg jego działania. Stworzyło to możliwość ubiegania się przedsiębiorców z terenu Ostrołęki o poręczenie jako prawne zabezpieczenie pożyczki lub kredytu. Trwają rozmowy, aby wnioski o poręczenie mogły być składane za pośrednictwem Agencji Rozwoju Regionalnego SA w Ostrołęce bądź nawet za pośrednictwem ostrołęckich oddziałów Banków, z którymi Fundusz podpisze stosowne umowy.Łomżyński Fundusz Poręczeń Kredytowych w końcu ub roku podwyższył kapitał do 1.015.000 zł. Taki poziom kapitału pozwoli na dokapitalizowanie przez Bank Gospodarstwa Krajowego o kolejny 1 mln zł. i zwiększy jednocześnie możliwości poręczeniowe Funduszu. Po przystąpieniu BGK Zarząd Funduszu deklaruje przedłożenie Wspólnikom propozycji obniżenia obowiązujących opłat i prowizji, aby skutecznie konkurować z innymi Funduszami np. Mazowieckim Funduszem Poręczeń Kredytowych.
3. Podczas zeszłorocznych Dni Ostrołęki, w dniach 27-28 maja odbył się „Kiermasz Ostrołęcki”. Stworzył on możliwość zaprezentowania dla zainteresowanych firm na specjalnie przygotowanych stoiskach wystawowych.
4. W minionym roku realizowano podjętą przez Radę Miejską Uchwałę 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.

5. Działania na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości prowadziły lokalne organizacje otoczenia biznesu. Agencja Rozwoju Regionalnego SA w Ostrołęce działająca jako ośrodek Krajowego Systemu Usług. ARR SA specjalizuje się przede wszystkim w usługach doradczych i informacyjnych dla firm z Ostrołęki i subregionu ostrołęckiego.

## V. REALIZACJA KONTAKTÓW PARTNERSKICH

Partnerski rozwój kontaktów międzynarodowych służyć ma przede wszystkim wymianie doświadczeń we wszystkich sferach życia społeczno-gospodarczego, jak również kształtowaniu wśród mieszkańców podstaw przygotowujących do życia i funkcjonowania w społeczeństwie multikulturowym poprzez nawiązywanie przyjaznych kontaktów międzyludzkich pomiędzy członkami różnych społeczności lokalnych. Ważnym aspektem polityki zagranicznej miasta jest również tworzenie możliwości nawiązania kontaktów w poszczególnych dziedzinach gospodarki, oraz kreowanie korzystnych warunków do współpracy przedsiębiorców i organizacji społecznych.

### **Ważniejsze wydarzenia z udziałem partnerów zagranicznych, które miały miejsce w roku 2006:**

1. Wizyta przedstawicieli miasta w Balassagyarmat w dniach 27-30 stycznia 2006r., wzięcie udziału w uroczystościach Civitas Fortissimo oraz nadania miastu Balassagyarmat tytułu „Honorowego Obywatelstwa” w ramach realizacji umowy partnerskiej.
2. Kontynuacja współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania zwyczajów i kultury naszych narodów. Tradycyjnie w miesiącu marcu w rocznicę Rewolucji Węgierskiej Ostrołęka gościła przedstawicieli Ambasady Republiki Węgierskiej. Podczas wizyty odbyło się uroczyste składanie wieńców pod pomnikiem Generała Józefa Bema oraz spotkanie z młodzieżą w I Liceum Ogólnokształcącym im. Gen. J.Bema w Ostrołęce.
3. Udział przedstawicieli z miast partnerskich Meppen /Niemcy/, Alytus /Litwa/, Mosty /Białoruś/, Balassagyarmat /Węgry/, Pryluky /Ukraina/, jak również przedstawicieli chińskiej prowincji Guizhou w obchodach „Dni Ostrołęki” w maju 2006r. Udział partnerów zagranicznych miał na celu podtrzymywanie i rozwijanie kontaktów partnerskich w zakresie współpracy gospodarczej, wymianę informacji i doświadczeń lokalnych przedsiębiorców z przedstawicielami miast partnerskich.
4. Zawarcie umowy z ukraińskim miastem Pryluky w sprawie partnerstwa i dalszego rozwoju kontaktów gospodarczych i kulturalnych. Nawiązane zostały kontakty z miastem Pryluky pomiędzy miejscowymi jednostkami Państwowej Straży Pożarnej w zakresie wspólnych szkoleń branżowych. Współpraca partnerska pomiędzy miastem Ostrołęka a ukraińskim miastem Pryluky stworzy podstawy do rozwoju wzajemnych kontaktów gospodarczych i społecznych oraz umożliwi poznanie historii, kultury, tradycji i obyczajów na szczeblu lokalnym i regionalnym. Podpisanie umowy nastąpiło w dniu 23 września 2006 r. w Prylukach.
5. Przyjęcie w dniach 17-19 października 2006r. w Ostrołęce delegacji z miasta partnerskiego Pryluky. Zwiedzanie przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie miasta oraz spotkania z ostrołęckimi przedsiębiorcami pozwoliły na zdobycie nowych doświadczeń naszym ukraińskim gościom - przedstawicielom administracji i biznesu.
6. Kontynuacja realizowanej od kilku lat współpracy w zakresie sportu poprzez organizowanie przez kluby sportowe przy wsparciu Prezydenta Miasta (o Puchar Prezydenta Miasta) turniejów w różnych dyscyplinach sportu m.in. w koszykówce oraz



piłce nożnej halowej z udziałem drużyn z miast partnerskich, jak również uczestnictwo naszych sportowców w turniejach organizowanych w miastach partnerskich.

7. Przyjęcie przez I Liceum Ogólnokształcące im. Gen Józefa Bema wolontariuszy w ramach programu „Wolontariusz” z międzynarodowej organizacji studenckiej AIESEC,

- udział Ambasadora Węgier w obchodach Święta Patrona Szkoły,

- uczestnictwo uczniów w międzynarodowym projekcie artystycznym Blickachse - niemieckiej organizacji pozarządowej Internationaler Bauorden,

- udział nauczycieli i uczniów w Seminarium Naukowym w Brukseli.

8. Powołanie w Zespole Szkół Zawodowych Nr 4 im. A. Chętnika specjalnego zespołu międzyprzedmiotowego, którego zadaniem jest opracowywanie, przygotowanie i wdrażanie projektów związanych z wykorzystaniem funduszy strukturalnych UE oraz nawiązywanie kontaktów z placówkami kulturalnymi i oświatowymi z innych państw członkowskich Unii. W ramach prac zespołu zorganizowano szkolenia w zakresie wykorzystania funduszy strukturalnych.

9. Udział uczniów Zespołu Szkół nr 5 im Unii Europejskiej w międzynarodowym projekcie edukacyjnym pt. „Uczenie się i nauczanie ponad granicami – Euro-LAB”, który jest finansowany przez Unię Europejską w ramach programu Socrates Comenius Akcja Projekty szkolne. W projekcie uczestniczą szkoły z 9 państw: Austrii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Niemiec, Polski, Rumunii, Wielkiej Brytanii i Włoch.

Celem współpracy jest poznanie i porównanie treści programowych z różnych przedmiotów nauczanych we wszystkich krajach partnerskich, co wpłynie na wprowadzenie innowacyjnych metod nauczania i technik uczenia się z wykorzystaniem internetu i oprogramowania. Wzajemna wymiana informacji odbywa się przy pomocy nowoczesnych technik komunikacyjnych, takich jak e-mail, prezentacje na CD-romie, chat oraz platforma internetowa.

## Podsumowanie sprawozdania

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. Ponadto najważniejsze czynniki mające wpływ na rozwój wspólnoty lokalnej tylko w niewielkim stopniu znajdują się w zasięgu działania samorządu lokalnego. Jak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA - proinwestycyjna polityka władz lokalnych znalazła się dopiero na 15 miejscu wśród czynników mających wpływ na podjęcie decyzji o lokalizacji inwestycji. Na pierwszych miejscach znalazły się kwalifikacje i koszty siły roboczej oraz duży rynek zbytu w regionie.

Nie oznacza to jednak, że rozwój przedsiębiorczości warunkowany jest tylko przez czynniki na poziomie krajowym i regionalnym, na które władze lokalne nie mają większego wpływu. Do zadań organów jednostek samorządu terytorialnego należy wspieranie działalności gospodarczej, w szczególności poprzez: tworzenie prawa lokalnego przyjaznego biznesowi, przygotowanie terenów inwestycyjnych, realizację projektów pro-rozwojowych, promowanie przedsiębiorczości, prowadzenie działalności informacyjnej jak również współdziałanie z samorządem gospodarczym oraz organizacjami pracodawców. Niezwykle ważne jest, aby prowadzone działania były skoordynowane. Dlatego też w minionym roku Rada Miasta przyjęła do realizacji Lokalny Program Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Ostrołęki na lata 2006-2010.

W zakresie promocji Miasta prowadzona była bieżąca współpraca z lokalnymi instytucjami i organizacjami otoczenia biznesu, sportowymi, kulturalnymi i młodzieżowymi, a także z sąsiednimi samorządami. Polegała ona na organizowaniu wspólnych przedsięwzięć promocyjnych jak „Prezentacje Gospodarcze – Ostrołęka, Łomża 2006”, a także na kolportowaniu materiałów informacyjno-promocyjnych o Ostrołęce i powiecie ostrołęckim podczas wyjazdów i spotkań z partnerami z kraju i zagranicy.

W minionym roku 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).

Opisane w niniejszym sprawozdaniu działania marketingowe Miasta 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.

W 2006 r. w budżecie Miasta na promocję, kontakty partnerskie i wspieranie przedsiębiorczości zaplanowano kwotę 152 tys. zł. Najważniejsze wydatki poniesione w minionym roku to:

- Reklama w czasopiśmie i wydawnictwach – 26.373,00 zł brutto;
- Zakup gadżetów z logo Ostrołęki – 22.609,65 zł brutto;
- Opracowanie i wdrożenie interaktywnego planu miasta z informatorem miejskim, wykonanie nowych panoram internetowych oraz umieszczenie spaceru wirtualnego po Ostrołęce w serwisie zobaczpolske.pl - 20.740,00 zł brutto;
- Wykonanie nowych tablic z planem miasta – 14.640,00 zł brutto;
- Wspieranie ostrołęckich sportowców – 9.500,00 zł brutto;
- Zakup upominków reklamowych związanych z Kurpiowszczyzną – 4.170,00 zł brutto
- Kalendarz ścienny promocyjny – 3.513,60 zł brutto;
- Koszty pobytu delegacji zagranicznych – 14.703,26 zł brutto;
- Opracowanie Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Ostrołęki na lata 2006-2010 – 6.954,00 zł brutto.;

## ZAMIERZENIA W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ NA 2007 ROK

W Ministerstwie Gospodarki trwają prace nad zmianą koncepcji promocji Polski za granicą. Opracowane zostały założenia do Strategii promocji gospodarki polskiej 2007-2015. Wizja kraju według strategii to: „Polska uznanym partnerem gospodarczym, atrakcyjnym pod względem inwestycyjnym i turystycznym”. Celem strategicznym jest: zwiększenie znaczenia Polski w gospodarce międzynarodowej. Cele cząstkowe to: poprawa wizerunku gospodarki polskiej i jej umiędzynarodowienie. Główne priorytety są następujące:

- wzrost eksportu,
- zwiększenie napływu inwestycji zagranicznych do Polski,
- zwiększenie poziomu polskich inwestycji za granicą,
- wzrost liczby przyjazdów turystycznych do Polski.

W ramach Strategii promocji gospodarki polskiej planuje się opracowanie Programu Marki Polskiej. Nowe trendy nakazują budowanie marki państwa i określenie jej wartości.

W minionym roku Sejmik Województwa uchwalił Strategię Rozwoju Województwa Mazowieckiego do roku 2020, stanowiącą aktualizację Strategii z roku 2001. W obecnie uchwalonym dokumencie znajdują się zapisy celów i kierunki działań uwzględniające, zmiany zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowań rozwoju regionu, a także determinanty unijnej i krajowej polityki regionalnej. Jednym z priorytetów jest promocja Mazowsza.

Promocja to nie tylko oferta, na którą od razu odpowiedzą inwestorzy czy turyści. To przede wszystkim cierpliwa kampania kształtowania pozytywnego wizerunku wspólnoty lokalnej na arenie krajowej i międzynarodowej. Tak więc, kampanie nastawione na pobudzenie inwestycji i ściąganie kapitału inwestycyjnego mogą dać pożądane efekty tylko w dłuższym okresie. Konieczne jest w związku z tym, by Miasto miało opracowane aktualne plany rozwoju oraz zatwierdzone plany zagospodarowania przestrzennego oraz przygotowane uzbrojone tereny inwestycyjne, będące podstawą do działań promocyjnych skierowanych do potencjalnych inwestorów. Sama promocja nie tworzy bowiem nowych możliwości inwestowania. Pokazuje jedynie potencjalnym inwestorom, że właśnie w tym, a nie w innym miejscu powinni ulokować swój kapitał.

Działania promocyjne Miasta Ostrołki będą spójne z działaniami władz krajowych i regionalnych w tym zakresie. W 2007 roku będą realizowane poszczególne projekty zawarte w Lokalnym Programie Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Ostrołki na lata 2006-2010. Między innymi zostanie opracowana Strategia Promocji Miasta Ostrołki.

W najbliższych latach pojawią się nowe możliwości pozyskania środków zewnętrznych na promocję gospodarki, m.in. z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 oraz Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego.

W budżecie Miasta na 2007 r. na promocję, współpracę z zagranicą i wspieranie przedsiębiorczości przewidziano ogółem 215 tys. zł. Mimo, że jest to kwota wyższa niż w ubiegłym roku, to jednak wciąż odbiega swoim poziomem od kwot jakie w swoich budżetach przeznaczają inne miasta zbliżone wielkością do Ostrołki. Dla porównania sąsiednia Łomża na promocje w br. zamierza wydać ok. 467 tys. zł.

Działania promocyjne są niestety bardzo kosztowne, szczególnie profesjonalne

kampanie reklamowe, które mogą przynieść oczekiwany sukces. Niemniej jednak przeznaczone w budżecie na ten cel środki będą wykorzystane efektywnie.

„Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2007 r.” zawiera wykaz planowanych działań. Niektóre z nich wymagać będą określonych nakładów finansowych, inne zaś będą możliwe do realizacji bez angażowania środków pieniężnych.

## Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2007 rok

Lp.	Nazwa projektu	Odbiorcy działań	Odpowiedzialny za realizację	Współodpowiedzialny za realizację	Planowany koszt w zł (finansowany z środków na promocję miasta)	Termin realizacji
<b>I.</b>	<b>BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI, KSZTAŁTOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU OSTROŁĘKI</b>					
1.	Utrzymanie i rozbudowa strony internetowej Urzędu Miasta, w tym o: - „tapety”, wygaszacie, kartki okolicznościowe (z obrazkowymi motywami najatrakcyjniejszych miejsc w Ostrołęce) do pobrania i wysyłki przez internautów; - zamieszczenie linków do stron internetowych OCK, MOSiR, organizacji gospodarczych i innych; - zamieszczanie bieżących informacji przekazywanych przez organizatorów imprez kulturalnych i sportowych oraz gospodarczych.	użytkownicy internetu	Rzecznik Prasowy UM Wydział Organizacji i Informatyzacji Urzędu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	1.000	działania bieżące
2.	Wykonanie nowych zdjęć Ostrołęki, w tym zdjęć lotniczych	potencjalni inwestorzy i turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Rzecznik Prasowy UM	12.000	II-III kwartał 2007
3.	Zakup publikacji o Ostrołęce i regionie Kurpiowszczyzny, w tym albumu oraz realizacja innych projektów poligraficznych, a także reklama w wydawnictwach specjalistycznych	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	35.000	działania bieżące
4.	Udostępnianie do wykorzystania zainteresowanym lokalnym organizacjom i przedsiębiorcom nazwy Miasta oraz logo i herbu Ostrołęki	lokalne firmy i organizacje inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	----	działania bieżące

Informacja z realizacji zadań w zakresie promocji Miasta i współpracy partnerskiej w 2006 roku oraz zamierzenia na rok 2007

5.	Zakup upominków reklamowych, w tym z logo lub herbem Miasta oraz kurpiowskich wyrobów ludowych, a także specjalnych gadżetów związanych z organizacją inscenizacji bitwy pod Ostrołęką 1807 r.	zaprzyjaźnione firmy i instytucje, goście władz miasta, uczestnicy różnego typu imprez, w których bierze udział Urząd	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	-----	35.000	I półrocze 2007
6.	Zlecenie wykonania filmu promocyjnego o Ostrołęce, zawierającego informacje ważne dla potencjalnych inwestorów i turystów oraz relacje z najważniejszych wydarzeń kulturalnych, sportowych i gospodarczych odbywających się w mieście. Planuje się zaangażowanie w to przedsięwzięcie lokalnych firm.	potencjalni inwestorzy i turyści, lokalne firmy	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	-----	10.000 oraz sponsoring lokalnych firm	II-IV kwartał 2007
7.	Wykonanie nowych witaczy przy głównych drogach wjazdowych do Ostrołęki. Planuje się zaangażowanie w to przedsięwzięcie lokalnych firm.	osoby przejeżdżające przez Ostrołękę, lokalne firmy	Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	5.000 oraz środki wydziału GKiOŚ oraz sponsoring lokalnych firm	II-III kwartał 2007
8.	Realizacja Strategii rozwoju produktu turystycznego "Pisa-Narew"	lokalne firmy i organizacje inwestorzy, turyści	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	-----	-----	2007
9.	Ostrołęckie Centrum Kultury oprócz cyklicznych imprez ogólnopolskich, promocji działalności własnej oraz amatorskiego ruchu artystycznego w br. będzie gościło zespoły folklorystyczne z Hiszpanii i Finlandii. Ponadto będzie współorganizatorem Festiwalu Metalu oraz konkursów fotograficznych „Narew – życie z rzeką w tle” oraz „Ostrołęka”	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Ostrołęckie Centrum Kultury	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	w ramach środków OCK	2007

10.	Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji będzie organizował imprezy sportowe o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym: XIV Półmaraton Kurpiowski, Otwarte Mistrzostwa Miasta Ostrołęki w Pływaniu, XIV Halowy Turniej Piłki Nożnej im. A. Harabasza	uczestnicy imprez sportowych	Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	w ramach środków MOSiR	2007
11.	Muzeum Kultury Kurpiowskiej będzie współorganizatorem widowiska historycznego „Bitwa pod Ostrołęką 1807”. Ponadto muzeum zamierza uczestniczyć w wydaniu albumu prac ostrołęckiego artysty – Pana Zenona Kowalczyka	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	---	2007
12.	Miejska Biblioteka Publiczna zorganizuje: XI Spotkania Literackiego na Kurpiach, XV Ostrołęcki Konkurs Literacki im. Dionizego Maliszewskiego oraz spotkania poetyckie	mieszkańcy Ostrołęki, uczestnicy organizowanych przedsięwzięć	Miejska Biblioteka Publiczna im. Wiktora Gomulickiego	---	w ramach środków MBP	II i III kwartał 2007
13.	Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie zorganizuje Zawody Pływackie Osób Niepełnosprawnych. Ponadto uczestnicy Środowiskowych Domów Samopomocy będą brali czynny udział w licznych przeglądach i konkursach	osoby niepełnosprawne i ich rodziny	Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie	---	w ramach środków MOPR	2007
14.	Współpraca z Stowarzyszeniem Rozwoju Turystyki i Rekreacji w ramach prowadzenia Kurpiowskiego Centrum Informacji oraz organizowanych imprez promocyjnych	turyści mieszkańcy Ostrołęki	Stowarzyszenie Rozwoju Turystyki i Rekreacji w Ostrołęce	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	---	działania bieżące
15.	Promocja Miasta poprzez wspieranie znanych ostrołęckich sportowców	uczestnicy imprez sportowych w kraju i za granicą	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	5.000	działania bieżące
16.	Promocja Miasta poprzez wspieranie ostrołęckich artystów	uczestnicy imprez kulturalnych w kraju i za granicą	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	3.000	działania bieżące

17.	Inicjowanie wspólnych przedsięwzięć z sąsiednimi gminami, starostwem powiatowym oraz lokalnymi organizacjami pozarządowymi, w tym działań w zakresie promocji marki „Kurpie”	władze sąsiednich gmin i powiatu ostrołęckiego lokalne organizacje inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	---	działania bieżące
18.	Udział Ostrołęki w I edycji Festiwalu Promocji Miast Polskich, organizowanej przez Związek Miast Polskich	Inwestorzy zewnętrzni turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	17-18 kwiecień 2007
II.	<b>PROMOCJA ZEWNĘTRZNA MAJĄCA NA CELU POZYSKIWANIE NOWYCH INWESTYCJI</b>					
1.	Aktualizacja bazy zasobów inwestycyjnych oraz jej promocja m.in. w: - serwisie internetowym Urzędu, - internetowych bazach ofert inwestycyjnych, - bazie Agencji Rozwoju Mazowsza SA oraz Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA, - w czasopiśmie i publikacjach skierowanych do potencjalnych inwestorów	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Referat Gospodarki Nieruchomościami Miejska Pracownia Urbanistyczna Wydział Inwestycji i Dróg Biuro Geodezji, Kartografii i Katastru	10.000	działania bieżące
2.	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	przedstawiciele Miasta Ostrołęki przedstawiciele lokalnego biznesu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	---	działania bieżące
3.	Prezentacja oferty inwestycyjnej Ostrołęki podczas konferencji „Doing business in Mazovia” zorganizowanej przez Agencję Rozwoju Mazowsza	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	marzec 2007



III.	<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	---	działania bieżące
2.	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.: plebiscyty, imprezy szkolne, konkursy organizowane dla mieszkańców, imprezy kulturalne organizowane m.in. przez OCK;	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Rzecznik Prasowy UM	4.000	działania bieżące
3.	Informowanie o bieżących pracach samorządu w mediach lokalnych i regionalnych	mieszkańcy Ostrołęki i regionu	Rzecznik Prasowy UM	komórki organizacyjne i jednostki Miasta	---	działania bieżące
4.	Zorganizowanie święta Miasta – Dni Ostrołęki	mieszkańcy Ostrołęki i regionu, turyści	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	w ramach środków Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	12-26 maja 2007

IV.	<b>ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W MIEŚCIE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ</b>					
1.	<p>Realizacja poszczególnych projektów zawartych w Lokalnym Programie Rozwoju Przedsiębiorczości dla Miasta Ostrołęki na lata 2006-2010, w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opracowanie Strategii Promocji Ostrołęki uwzględniającej sektory i branże wymagające szczególnego wsparcia,</li> <li>- Utworzenie, wspólnie z gminami ościennymi, Punktu Obsługi Inwestora i Promocji Przedsiębiorczości,</li> <li>- Określenie zasad współpracy między władzami Miasta a środowiskiem gospodarczym,</li> <li>- Dokonanie analizy systemu ulg i zwolnień w podatkach od nieruchomości oraz zasad dotyczących zamówień publicznych w zakresie możliwości zastosowania dla mikroprzedsiębiorstwa,</li> <li>- Przeprowadzenie kampanii informacyjnej promującej wśród mieszkańców uchwały RM, określające możliwości i warunki skorzystania z ulg i zwolnień dla prowadzących działalność gospodarczą oraz osób bezrobotnych chcących rozpocząć działalność,</li> </ul> <p>Realizowanie działalności informacyjnej zorientowanej na środowisko MŚP odnoszącej się m.in. do istniejących narzędzi finansowych, poręczeń kredytowych, organizacyjnych itp. oraz wspieranie innowacyjności firm,</p>	ostrołęczkie małe i średnie przedsiębiorstwa inwestorzy zewnętrzni	<p>Wydział Promocji i Rozwoju Miasta</p> <p>Poszczególne komórki organizacyjne UM</p>	-----	40.000 (dotacje celowe dla stowarzyszeń na realizację zadań zleconych przez Miasto w zakresie promocji i rozwoju przedsiębiorczości)	działania bieżące

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Opracowanie poradnika dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą,</li> <li>- Udział Miasta w projektach realizowanych przez Agencję Rozwoju Mazowsza,</li> <li>- Inicjowanie oraz współorganizowanie konkursów, plebiscytów itp. promujących lokalną gospodarkę,</li> <li>- Podpisanie porozumienia międzygminnego celem opracowania oferty inwestycyjnej dotyczącej terenów wspólnych dla Ostrołęki i gmin ościennych przeznaczonych i przygotowanych pod inwestycje, w tym w inwestycje w infrastrukturę turystyczną,</li> <li>- Promocja lokalnych firm i produktów poprzez umożliwienie ich prezentacji w ramach kontaktów z miastami partnerskimi;</li> </ul>	j.w.	j.w.	j.w.	j.w.	j.w.
3.	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	---	---	działania bieżące
4.	Opracowywanie projektów z zakresu promocji, zagranicznych kontaktów partnerskich oraz rozwoju przedsiębiorczości i wnioskowanie o dofinansowanie ich realizacji z funduszy UE	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy Ostrołęki i miast partnerskich, inwestorzy zewnętrzni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	30.000 zł (jako wkład własny)	2007

podsumowanie 195.000 zł

**opłaty notarialne 5.000 zł**

**podróże służbowe zagraniczne i obsługa delegacji zagranicznych 20.000 zł**

**Razem 215.000 zł**

## V. NAJISTOTNIEJSZE PRZEDSIĘWZIĘCIA W ZAKRESIE POLITYKI ZAGRANICZNEJ DO REALIZACJI W ROKU 2007:

1. Kontynuacja współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania zwyczajów i kultury naszych narodów. W miesiącu marcu w kolejną rocznicę Rewolucji Węgierskiej przedstawiciele Ambasady Republiki Węgierskiej. Podczas wizyty odbędzie się tradycyjnie uroczyste składanie wieńców pod pomnikiem Generała Józefa Bema oraz spotkanie z młodzieżą w I Liceum Ogólnokształcącym im. Gen. J.Bema w Ostrołęce.
2. Udział przedstawicieli z miast partnerskich Meppen /Niemcy/, Alytus /Litwa/, Mosty /Białoruś/, Balassagyarmat /Węgry/, Pryluki /Ukraina/ w inscenizacji bitwy napoleońskiej w Ostrołęce we wrześniu br.
3. Opracowanie i złożenie aplikacji do programu „Europa dla obywateli 2007-2013” celem zrefundowania częściowych kosztów pobytu przedstawicieli z miast partnerskich w Ostrołęce z okazji w inscenizacji w Ostrołęce bitwy napoleońskiej.
4. Uczestnictwo miasta w imprezie „Europejski Dziedziniec Rzemiosła” w dniach 15-17 czerwca 2007r. w mieście partnerskim Alytus na Litwie.
5. Wyjazdy zagraniczne przedstawicieli miasta celem uczestnictwa w uroczystościach rocznicowych i okolicznościowych w miastach partnerskich oraz wspieranie wymiany grup młodzieży i zespołów folklorystycznych.
6. Kontynuacja rozpoczętej w roku 2006 współpracy z przedstawicielami Związku Polaków na Ukrainie w mieście partnerskim Pryluki. Przekazanie pomocy rzeczowo-finansowej dla związku.
7. Dalsza realizacja nawiązanych w 2006 roku kontaktów z przedstawicielami chińskiej prowincji Guizhou celem podpisania umowy o współpracy partnerskiej.
8. Kontynuacja realizowanej od kilku lat współpracy w zakresie sportu poprzez organizowanie przez kluby sportowe przy wsparciu Prezydenta Miasta turniejów w różnych dyscyplinach sportu z udziałem drużyn z miast partnerskich, jak również uczestnictwo naszych sportowców w turniejach i wyjazdach integracyjnych, organizowanych w miastach partnerskich.
9. Dalsza realizacja projektów zgłoszonych przez szkoły z terenu miasta Ostrołęki w ramach wymiany pomiędzy szkołami, a także w ramach programu Unii Europejskiej Sokrates Comenius oraz programu Wolontariusz.

Realizacja powyższych zadań wynika z ogólnych zamierzeń w zakresie polityki zagranicznej miasta. Uwzględniając dotychczasową współpracę zagraniczną realizowane będą przedsięwzięcia, wynikające z wypracowanych dotychczas wspólnych deklaracji i porozumień, a także rozwijane stałe i wielostronne kontakty z nowymi partnerami. Partnerska współpraca z innymi regionami zagranicznymi służyć powinna rozwiązywaniu problemów rozwojowych. Realizacja tego celu nastąpi głównie poprzez:

- wspieranie działań miejskich jednostek organizacyjnych m.in. szkół z terenu miasta w nawiązywaniu kontaktów zagranicznych,
- włączanie do aktywnego udziału lokalnych przedsiębiorców w zagranicznych misjach gospodarczych oraz międzynarodowych targach branżowych poprzez propagowanie informacji w wyżej wymienionym zakresie i przekazywanie do organizacji gospodarczych,
- utrzymywanie i rozwój kontaktów z krajami Unii Europejskiej. Nawiązanie współpracy /miasta bliźniacze/ i wymiana doświadczeń z regionami takich krajów jak np. Niemcy w celu efektywniejszego wykorzystywania dostępnych środków z funduszy strukturalnych,
- kontynuowanie i dalszy rozwój współpracy z krajami Europy Środkowej i Wschodniej,
- realizacja przedsięwzięć z wykorzystaniem funduszy europejskich i środków partnerów

zagranicznych;

- zdobywanie europejskich środków UE jako czynnik przyczyniający się do rozwoju regionu;
- promowanie miasta i regionu poza granicami Polski w celu przyciągnięcia kapitału zagranicznego i rozwoju turystyki z uwzględnieniem całego obszaru Powiatu Ostrołęckiego;
- kontynuowanie i rozwijanie współpracy ze środowiskami polonijnymi;
- pobudzenie aktywności gospodarczej miasta – wspieranie nawiązywania współpracy między firmami, pośrednictwo w ustalaniu wiarygodności potencjalnej firmy poprzez kontakt z miastem partnerskim.