

# PREZYDENT MIASTA OSTROŁĘKI



## INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2007 ROKU ORAZ ZAMIERZENIA NA ROK 2008

## 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. Realizacja kontaktów partnerskich.....	7
Podsumowanie sprawozdania.....	9
Zamierzenia w zakresie promocji Miasta i współpracy partnerskiej na 2008 rok.....	10
Najistotniejsze przedsięwzięcia w zakresie polityki zagranicznej do realizacji w roku 2008.....	16

## **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. Jednocześnie ważne jest bieżące komunikowanie się władz samorządowych z mieszkańcami i informowanie o podejmowanych działaniach dotyczących Ostrołęki. 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 2007 roku oraz zamierzeń na rok 2008” w toku prac legislacyjnych i na sesji Rady Miasta Ostrołęki jest Pani Monika Chojnowska – Dyrektor Wydziału Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta.

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

1. Największym przedsięwzięciem o charakterze promocyjnym było zorganizowanie wspólnie z Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce historycznego widowiska upamiętniającego 200-setną rocznicę bitwy, która rozegrała się pod Ostrołęką w 1807 r. W imprezie uczestniczyli znamienici goście z kraju i zagranicy oraz tysiące mieszkańców naszego miasta, a także liczni turyści.
2. Urząd Miasta utrzymuje własny serwis internetowy: [www.ostroleka.pl](http://www.ostroleka.pl) będący ważnym narzędziem promocyjnym i pełniącym funkcję informacyjną. W minionym roku rozpoczęto gruntowną modernizację serwisu zmierzającą do zmiany szaty graficznej oraz uaktualnienia treści w nim zawartych.
3. Miasto uczestniczyło w różnych akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych, najważniejsze z nich to: XXII Światowy Dzień Młodzieży, Ostrołęcka Halowa Liga Piłki Nożnej, Turniej Piłki Siatkowej Kobiet, wybory „Miss Ostrołęki”.
4. W ramach promocji Ostrołęki i jej mieszkańców w minionym roku uczestniczyliśmy następujących przedsięwzięciach:
  - Program Promocji Rozwoju Przedsiębiorczości Mazowsze XXI,
  - Impreza samorządu województwa mazowieckiego „Mazowieckie Klimaty”, która odbyła się dn. 17.06.2007 w Łazienkach Królewskich w Warszawie.
5. W celu promocji Miasta i regionu Kurpiowszczyzny zakupiono 13 egz. trzypięciowej publikacji pt.: „Puszcza Kurpiowska w Pieśni” ks. W. Skierkowskiego.
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 przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego oraz szereg instytucji i organizacji działających w Mieście.
7. W ramach promocji Miasta zakupiono kamizelki z logo Ostrołęki dla Szkolnego Chóru CANTILENA działającego przy II L.O. im. C.K. Norwida.
8. Jednocześnie ufundowano koszulki dla MUKS UKS UNIA BASKET w związku z zaprezentowaniem Ostrołęki w Ćwierćfinałach Mistrzostw Polski Kadetek w Koszykówce.

9. Ostrołęka została zaprezentowana w publikacji pn.: „Mazowieckie – mapa administracyjno-turystyczna” wydanej przez Wydawnictwo „BiK” z Piły.
10. Zespół muzyczny SUNRISE wykonał koncert w Ostrołęce dn. 16.09.2007 r., umieścił logo miasta na okładce płyty i plakatach promocyjnych.
11. W jednej z sal konferencyjnych Urzędu Miasta urządzono prezentację znaków graficznych – logo ostrołęckich firm pn. „Znaki Ostrołęki”.
12. Ostrołęckie Centrum Kultury jako instytucja miejska prowadziła działalność, która nierozdzielnie łączy się z promocją Ostrołęki. Działania te realizowane były w kilku obszarach: poprzez organizację imprez o zasięgu ogólnopolskim, promocję działalności własnej OCK oraz promocję amatorskiego ruchu artystycznego.
13. W 2007 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:
  - Bieżące utrzymanie strony internetowej [www.kurpiowskiecentrum.info](http://www.kurpiowskiecentrum.info);
  - Udział w targach turystycznych w kraju i za granicą.

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

1. Największym osiągnięciem w zakresie pozyskiwania inwestorów było utworzenie w Ostrołęce oddziału Warmińsko-Mazurskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej stanowiącego przygotowane tereny inwestycyjne o łącznej powierzchni 86,099 ha. Funkcjonowanie SSE daje nam ogromną przewagę nad innymi samorządami w pozyskiwaniu inwestorów.
2. Promocja terenów inwestycyjnych oraz ofert współpracy gospodarczej odbywała się poprzez:
  - Zamieszczenie ich na stronie internetowej Urzędu Miasta oraz w Ogólnopolskiej Bazie Ofert Inwestycyjnych [www.ofertyinwestycyjne.pl](http://www.ofertyinwestycyjne.pl);
  - Bieżącą współpracę z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA oraz Agencją 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. 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.

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

1. W oparciu o ustawę o dostępie do informacji publicznej bieżące działania w tym zakresie realizował Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej poprzez przekazywanie informacji do masmediów, zamieszczanie ich w Biuletynie Informacji Publicznej, który jest prowadzony w ramach serwisu internetowego Urzędu Miasta.
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.
4. Informowanie społeczności lokalnej o realizowanych i planowanych działaniach samorządu oraz konsultowanie poszczególnych przedsięwzięć odbywało się w ramach bezpośrednich spotkań z mieszkańcami Ostrołęki, a także poprzez zamieszczanie informacji w lokalnych mediach: Radia „OKO”, Radio „Nadzieja”, „Tygodnik Ostrołęcki”, „Wiadomości Ostrołęckie”.
5. Tradycyjne w maju 2007 r. świętowaliśmy Dni Ostrołęki, podczas których odbyło się wiele imprez kulturalnych i sportowych.

#### **IV. 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 w społeczeństwie multikulturowym poprzez nawiązywanie przyjaznych kontaktów międzyludzkich pomiędzy członkami różnych społeczności lokalnych. Ważnym aspektem współpracy zagranicznej Miasta jest również kreowanie korzystnych warunków do nawiązywania nowych kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami, instytucjami i organizacjami społecznymi.

Ważniejsze wydarzenia z udziałem partnerów zagranicznych, które miały miejsce w roku 2007:

1. Podpisanie listu intencyjnego o nawiązaniu współpracy partnerskiej między Miastem Ostrołęka a Miastem Slavkov u Brna (Republika Czeska). Dokument podpisali w dn. 8.09.2007 r.: Pan Janusz Kotowski – Prezydent Ostrołęki oraz Pan Ivan Charvat – Burmistrz Miasta Slavkov. List intencyjny stanowi deklarację wzajemnej współpracy pomiędzy społecznościami lokalnymi w dziedzinie gospodarczej, kulturalnej i sportowej ze szczególnym uwzględnieniem współpracy młodzieży.
2. Kontynuacja kontaktów z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania zwyczajów i kultury naszych narodów. Tradycyjnie w marcu w rocznicę Rewolucji Węgierskiej Ostrołęka gościła przedstawicieli Ambasady Republiki Węgierskiej. Podczas wizyty odbyło się uroczyste złożenie kwiatów pod pomnikiem Generała Józefa Bema oraz spotkanie z młodzieżą w I Liceum Ogólnokształcącym im. Gen. J. Bema w Ostrołęce.
3. Wizyta przedstawicieli miast partnerskich: Meppen (Niemcy), Alytus (Litwa), Mosty (Białoruś), Balassagyarmat (Węgry), Pryluky (Ukraina), Slavkov u Brna (Czechy). Pobyt partnerów zagranicznych w Ostrołęce miał na celu podtrzymywanie i rozwijanie kontaktów partnerskich, wymianę informacji i doświadczeń lokalnych środowisk gospodarczych, społecznych, kulturalnych i oświatowych z przedstawicielami miast partnerskich.
4. W dniach 17-21 sierpnia 2007 roku delegacja ostrołęckich samorządowców gościła w partnerskim mieście Balassagyarmat w Republice Węgierskiej.

Balasagyarmat uzyskało dofinansowanie z Unii Europejskiej na zorganizowanie uroczystości, w której uczestniczyły miasta, mające w tytule nazwę Gyarmat (7 państw razem 18 miast.). Ponadto zaproszono przedstawicieli miast partnerskich, w tym z Ostrołęki. Celem spotkania było zapoznanie się oraz nawiązanie nowych kontaktów. Przedstawienie spuścizny kulturalnej miało służyć wzmocnieniu wspólnej europejskiej tożsamości. Koszty pobytu 25 osób oraz koszty przejazdu do kwoty 750 euro były finansowane przez organizatorów oraz z dotacji UE. Ostrołęka była przedstawiona pozostałym uczestnikom uroczystości w formie prezentacji multimedialnej. Ponadto serwowano specjały naszej regionalnej kuchni.

5. Przedstawiciele Urzędu Miasta złożyli wizytę w partnerskim mieście Pryluky na Ukrainie.
6. Kontynuacja realizowanej od kilku lat współpracy klubów sportowych poprzez organizację międzynarodowych 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 zawodach organizowanych w miastach partnerskich.
7. Kontynuacja udziału uczniów Zespołu Szkół nr 5 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 przedsięwzięciu uczestniczą szkoły z 9 państw: Austrii, Finlandii, Francji, Hiszpanii, Niemiec, Polski, Rumunii, Wielkiej Brytanii i Włoch.



## Podsumowanie sprawozdania

Efekty działań promocyjnych samorządu są często niedostrzegane lub odległe w czasie, a także trudne do zmierzenia i oceny w stosunku do podejmowanych przedsięwzięć. Ponadto najważniejsze czynniki mające wpływ na rozwój wspólnoty lokalnej tylko w niewielkim stopniu znajdują się w zasięgu działania samorządu miejskiego. 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.

Politykę informacyjną określał i realizował Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej zamieszczając informacje o bieżących działaniach samorządu w lokalnych mediach oraz miejskim serwisie internetowym (w szczególności w Biuletynie Informacji Publicznej).

W 2007 r. w budżecie Miasta na promocję, kontakty partnerskie i wspieranie przedsiębiorczości zaplanowano kwotę 215 tys. zł. W związku z koniecznością ograniczenia wydatków budżetowych środki na promocję miasta wykorzystano w około 50%. Najważniejsze wydatki poniesione w minionym roku:

- Zakup gadżetów z logo Ostrołęki, upominków związanych z Kurpiowszczyzną oraz upamiętniających bitwę pod Ostrołęką w jej 200-setną rocznicę – 34.893,06 zł brutto;
- Pobyt delegacji zagranicznych z miast partnerskich w Ostrołęce oraz przyjęcie Ambasadora Republiki Węgierskiej – 13.721,49 zł brutto;
- Zaliczka na wykonanie nowego serwisu internetowego Urzędu Miasta Ostrołęki – 9.296,40 zł brutto;
- Wyjazd delegacji ostrołęckiego samorządu do partnerskiego miasta Balassagyarmat – 5.629,54 zł brutto;
- Wykonanie wystawy pn. „Znaki Ostrołęki” – 5.000,00 zł brutto;
- Udział w Programie Promocji Rozwoju Przedsiębiorczości Mazowsze XXI – 3.660,00 zł brutto;
- Zakup kamizelek z logo Ostrołęki dla Szkolnego Chóru CANTILENA działającego przy II L.O. im. C.K. Norwida – 3.238,00 zł brutto;

- Wspieranie ostrołęckich sportowców – 3.252,48 zł brutto;
- Wykupienie ogłoszeń w mediach lokalnych – 2.645,38 zł brutto;
- Kalendarz ścienny promocyjny – 2.211,00 zł brutto;
- Zakup książek „Puszcza Kurpiowska w pieśni” – 1.820,00 zł brutto.

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

Działania promocyjne Miasta Ostrołęki będą spójne z działaniami władz krajowych i regionalnych w tym zakresie.

W budżecie Miasta na 2008 r. na promocję, współpracę z zagranicą i wspieranie przedsiębiorczości przewidziano ogółem 215 tys. zł. Jednak znaczna część tych środków będzie przeznaczona nie tylko na działania marketingowe, ale także na opracowanie nowych i aktualizację istniejących dokumentów strategicznych, które są niezbędne w procesie pozyskiwania środków Unii Europejskiej.

„Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2008 r.” zawiera wykaz planowanych działań. Niektóre z nich wymagać będą określonych nakładów finansowych, inne zaś będą możliwe do realizacji bez angażowania środków budżetowych.

## Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2008 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 modernizacja strony internetowej Urzędu Miasta.	użytkownicy internetu	Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej Wydział Organizacji i Informatyzacji Urzędu	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta Referat Kultury, Sportu i Turystyki	15.000	działania bieżące
2.	Wykonanie nowych zdjęć Ostrołęki, w tym zdjęć lotniczych	potencjalni inwestorzy i turyści	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	-	12.000	III kwartał 2008
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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	Referat 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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	----	----	działania bieżące

5.	Zakup upominków reklamowych, w tym z logo lub herbem Miasta oraz kurpiowskich wyrobów ludowych	zaprzyjaźnione firmy i instytucje, goście władz miasta, uczestnicy różnego typu imprez, w których bierze udział Urząd Miasta	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	----	50.000	I półrocze 2008
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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	----	10.000 oraz sponsoring lokalnych firm	II-IV kwartał 2008
7.	Wykonanie nowych witaczy przy głównych drogach wjazdowych do Ostrołęki. Planuje się zaangażowanie w to przedsięwzięcie ostrołęckich firm.	osoby przejeżdżające przez Ostrołękę, lokalne firmy	Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	środki wydziału GKİOŚ oraz sponsoring lokalnych firm	III kwartał 2008
8.	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	Referat Kultury, Sportu i Turystyki Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	---	działania bieżące
9.	Promocja Miasta poprzez wspieranie znanych ostrołęckich sportowców	uczestnicy imprez sportowych w kraju i za granicą	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	5.000	działania bieżące
10.	Promocja Miasta poprzez wspieranie ostrołęckich artystów	uczestnicy imprez kulturalnych w kraju i za granicą	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	5.000	działania bieżące

11.	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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	---	działania bieżące
II.	<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	Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej	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 dla mieszkańców, imprezy kulturalne organizowane m.in. przez OCK;	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Referat Kultury, Sportu i Turystyki Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej	5.000	działania bieżące
3.	Zorganizowanie święta Miasta – Dni Ostrołęki	mieszkańcy Ostrołęki i regionu, turyści	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej	w ramach środków Referatu Kultury, Sportu i Turystyki	12-26 maja 2008

III.	<b>ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W MIEŚCIE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ</b>					
1.	Opracowanie nowej Strategii Rozwoju Miasta Ostrołęki do 2020 r., odpowiadającej priorytetom polityki regionalnej Unii Europejskiej w okresie programowania 2007-2013	mieszkańcy Ostrołęki lokalni przedsiębiorcy	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta  Wydział Inwestycji i Funduszy Europejskich  Pozostałe komórki organizacyjne UM	lokalne organizacje gospodarcze, społeczne, kulturalne i sportowe	50.000	działania bieżące
2.	Realizowanie działalności informacyjnej zorientowanej na środowisko MŚP odnoszącej się m.in. do istniejących narzędzi finansowych, poręczeń kredytowych, organizacyjnych itp. oraz wspieranie innowacyjności firm	ostrołęckie małe i średnie przedsiębiorstwa	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	lokalne organizacje gospodarcze	2.000	działania bieżące
3.	Inicjowanie oraz współorganizowanie konkursów, plebiscytów itp. promujących lokalną gospodarkę	mieszkańcy Ostrołęki lokalni przedsiębiorcy	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	lokalne organizacje gospodarcze	1.000	działania bieżące
4.	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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	---	---	działania bieżące
5.	Promocja lokalnych firm i produktów poprzez umożliwienie ich prezentacji w ramach kontaktów z miastami partnerskimi;	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy Ostrołęki i miast partnerskich,	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	---	---	działania bieżące

podsumowanie	190.000 zł
<b>opłaty notarialne</b>	5.000 zł
<b>podróże służbowe zagraniczne i obsługa delegacji zagranicznych</b>	<b>20.000 zł</b>
<b>Razem</b>	<b>215.000 zł</b>

#### **IV. NAJISTOTNIEJSZE PRZEDSIĘWZIĘCIA W ZAKRESIE POLITYKI ZAGRANICZNEJ DO REALIZACJI W ROKU 2008:**

1. Kontynuacja współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania historii, zwyczajów i kultury naszych narodów. W marcu w kolejną rocznicę Rewolucji Węgierskiej gościli w Ostrołęce: Pan Róbert Kiss - Ambasador Nadzwyczajny i Pełnomocny Republiki Węgierskiej oraz Pan Péter Nagy - Attache wojskowy i lotniczy Ambasady. Podczas wizyty tradycyjnie złożono kwiaty pod pomnikiem Generała Józefa Bema.
2. Zaproszenie delegacji z miast partnerskich do udziału w obchodach „Dni Ostrołęki”, które będą doskonałą okazją do wymiany doświadczeń i zaprezentowania naszego dorobku.
3. Wyjazdy zagraniczne przedstawicieli Ostrołęki celem uczestnictwa w uroczystościach rocznicowych i okolicznościowych w miastach partnerskich oraz wspieranie wymiany grup młodzieży i zespołów folklorystycznych.
4. Kontynuacja rozpoczętej w roku 2006 współpracy z przedstawicielami Związku Polaków na Ukrainie w mieście partnerskim Pryluky.
5. Kontynuacja 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.
6. Dalsza realizacja projektów zgłoszonych przez szkoły z terenu miasta Ostrołęki w ramach wymiany młodzieży oraz programów finansowanych przez Unię Europejską.

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 Ostrołęki 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,
- realizacja przedsięwzięć z wykorzystaniem funduszy europejskich i środków partnerów zagranicznych;
- kontynuowanie i rozwijanie współpracy ze środowiskami polonijnymi.