

PREZYDENT MIASTA OSTROŁĘKI



INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2008 ROKU ORAZ ZAMIERZENIA NA ROK 2009

SPIS TREŚCI

Wstęp do sprawozdania.....	3
I. Budowanie świadomości marki, kształtowanie pozytywnego wizerunku Ostrołęki..	4
II. Promocja wewnętrzna – komunikowanie się z mieszkańcami.....	6
III. Rozwój istniejących w Ostrołęce struktur przedsiębiorczości oraz aktywizacja i innowacyjność społeczności lokalnej	6
IV. Realizacja kontaktów partnerskich.....	7
Podsumowanie wydatków z budżetu na promocje miasta.....	9
Zamierzenia w zakresie promocji Miasta i współpracy partnerskiej na 2009 rok.....	11
Najistotniejsze przedsięwzięcia w zakresie polityki zagranicznej do realizacji w roku 2009.....	17

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 2008 roku oraz zamierzeń na rok 2009” 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. Urząd Miasta Ostrołęki utrzymuje własny serwis internetowy: www.ostroleka.pl, będący ważnym narzędziem promocyjnym, pełniącym jednocześnie funkcję informacyjną. Serwis internetowy jest stale rozbudowywany, zamieszczane są bieżące informacje dotyczące działalności urzędu i wydarzeń w mieście. W ramach serwisu prowadzony jest m.in. Biuletyn Informacji Publicznej.
2. W ramach promocji Ostrołęki i jej mieszkańców w minionym roku uczestniczyliśmy następujących przedsięwzięciach:
 - „Mazowieckie Klimaty”, które odbyły się dn. 15.06.2008 w Łazienkach Królewskich w Warszawie.
3. Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta wydał nowy pakiet drukowanych materiałów promocyjnych w dwóch wersjach językowych: polskiej i angielskiej. Pakiet składa się z następujących elementów: broszury turystycznej, broszury gospodarczej, kompletu widokówek oraz teczki zamykającej pakiet. Wykonawcą materiałów promocyjnych była Pomorska Oficyna Wydawnicza z Bydgoszczy, która przedstawiła najkorzystniejszą ofertę.
4. W celu promocji Miasta i regionu Kurpiowszczyzny zakupiono 20 egz. zbioru legend i podań kurpiowskich pt. „Legendy”, wydanych przez związek Kurpiów.
5. 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.
6. Miasto uczestniczyło w różnych akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych, najważniejsze z nich to:
 - Społeczna Kampania Promocyjno-Informacyjna, dotycząca mleka i produktów mlecznych organizowana przez Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich, Agencję Rynku Rolnego i Unię Europejską;
 - Kampania społeczna promująca ideę transplantacji pt. „Łańcuch Krewniaków - Oświadczenie Woli”;
 - Mistrzostwa Polski w Tańcu Towarzyskim;

- Konkurs plastyczny pn. „Bawmy się wspólnie - patrzmy na siebie sercem”, dotyczący problematyki integracji osób niepełnosprawnych;
 - Konkurs fotograficzny pn. „Wakacje z aparatem”;
 - Krajowy Integracyjny Festyn Dzieci i Młodzieży Niepełnosprawnej „Nadzieja 2008”;
 - Szkolny Konkurs Fotograficzny „Moja mała Ojczyzna – chcę ocalić od zapomnienia”;
 - XIV Konkurs Recytatorski poezji C. K. Norwida;
 - Centralne Spotkania 53. Ogólnopolskiego Konkursu Recytatorskiego;
 - VII Międzynarodowe Mistrzostwa Polski w Ratownictwie Medycznym i Drogowym;
 - Akcja pn.: „List do Świętego Mikołaja”, której celem było obdarowanie prezentami dzieci z najbardziej potrzebujących rodzin i okolicznych domów dziecka.
7. W minionym roku został przeprowadzony konkurs pn. „Projekt graficzny witaczy miasta Ostrołęki”. Laureatem konkursu został Pan Piotr Załuska z Ostrołęki.
8. Ostrołęka została zaprezentowana w:
- publikacji pn.: „Miasta województwa mazowieckiego” wydanej przez Wydawnictwo „UNITEX” z Bydgoszczy,
 - czasopiśmie dla nauczycieli pt.: „Geografia w Szkole”, w artykule Pani Agaty Markowskiej (pracownika naukowego Wydziału Geografii Uniwersytetu Warszawskiego),
 - dodatku „Turystyka” gazety SUPER EXPRESS,
 - przewodniku pt.: „Kurpie. Puszcza Zielona”,
 - nowym wydaniu albumu pt.: „Nasze dziedzictwo KURPIOWSZCZYŻNA”.
9. Ostrołęckie Centrum Kultury jako instytucja miejska prowadziła działalność, która 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.
10. W 2008 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;
 - Udział w targach turystycznych w kraju i za granicą.

II. 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.
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, w tym festyny osiedlowe i różne 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 2008 r. świętowaliśmy Dni Ostrołęki, podczas których odbyło się wiele imprez kulturalnych i sportowych.

III. ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W OSTROŁĘCE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ

6. Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta prowadził działalność informacyjną skierowaną do przedsiębiorców, głównie z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, dotyczącą możliwości pozyskania środków finansowych na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz rozwój firmy. Informacje były przedsiębiorcom przekazywane m.in. podczas konferencji organizowanych wspólnie z Ostrołęckim Forum Gospodarczym i innymi instytucjami.

7. 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.
8. Rozszerzanie współpracy z organizacjami pozarządowymi realizowano poprzez przekazywanie informacji gospodarczej oraz wskazywanie możliwości i sposobów pozyskiwania środków finansowych i pomocy w organizowaniu różnych przedsięwzięć.
9. W celu zwiększenia zaangażowania mieszkańców w działalność samorządu organizowane były różnego typu imprezy kulturalne, sportowe i gospodarcze, np. festyny osiedlowe, konkursy dla mieszkańców.
10. 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” i”, „Tygodnik Ostrołęcki”.

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 2008:

1. W minionym roku podjęliśmy działania zmierzające do nawiązania współpracy partnerskiej z miastem w Gruzji. Prezydent Ostrołęki wystosował pismo do Ambasadora RP w Gruzji z prośbą o pomoc w nawiązaniu współpracy z wybranym miastem. Ponadto

Prezydent Janusz Kotowski w dniach 5-10 września 2008 r. osobiście przebywał w Gruzji, gdzie przekazał pomoc rzeczową.

2. Tradycyjnie w marcu w rocznicę Rewolucji Węgierskiej Ostrołęka gościła Attache Wojskowego i Lotniczego Ambasady – Peter Nagy. Podczas wizyty odbyło się uroczyste złożenie kwiatów pod pomnikiem Generała Józefa Bema.
3. W dniach 23-25 maja 2008 gościliśmy delegację samorządową z czeskiego miasta Slavkov u Brna (Republika Czeska).
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 lipcu ubiegłego roku gościliśmy przedstawicieli Komitetu Partnerskiego i Ośrodka dla Osób Niepełnosprawnych St. Vitus-Werk z Meppen. Program wizyty dotyczył wymiany doświadczeń w zakresie pomocy społecznej.
5. Kontynuując współpracę partnerską w dniach 9-12.10.2008 r. delegacja samorządu Ostrołęki przebywała w Meppen.
6. Na przełomie maja i czerwca minionego roku przedstawiciele miasta Ostrołęki przebywali w partnerskim mieście Slavkov u Brna w Republice Czeskiej.
7. W dniach 13-15 czerwca 2009 r. delegacja samorządu gościła w partnerskim mieście Alytus na Litwie
8. Zawodniczki MUKS UNIA BASKET uczestniczyły w Międzynarodowym Turnieju Koszykówki Dziewcząt poświęcony pamięci Dalii Jurkonyte, który odbył się w Alytusie, w terminie 19-21.09.2008 r.
9. Delegacja ostrołęckiego samorządu w dniach 20-21.09.2008 r. przebywała w partnerskim mieście Pryluky na Ukrainie.
10. Wiceprezydent Grzegorz Płocha reprezentował Ostrołękę podczas Walnego Zgromadzenia Europejskiej Federacji Miast Napoleońskich, które odbyło się w Cairo Montenotte we Włoszech, w dniach 26-28 września 2008 r.
11. 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.

12. Zespół Szkół Nr 5 przystąpił do unijnego projektu Comeniusa pod nazwą „Zielony dom talentów”, który realizowany jest w ramach programu „Uczenie się przez całe życie”. Program będzie realizowany przez dwa lata, tj. do końca czerwca 2010 r. W projekcie uczestniczy 6 partnerów z 5-ciu krajów: Finlandii, Grecji, Niemiec, Rumunii i Włoch. Celem projektu jest zaprezentowanie utalentowanej młodzieży, przedstawienie jej osiągnięć w dziedzinach naukowych i artystycznych.

Podsumowanie wydatków z budżetu na promocję miasta

W 2008 r. w budżecie Miasta na promocję, kontakty partnerskie i wspieranie przedsiębiorczości zaplanowano kwotę 265 tys. zł. Najważniejsze wydatki poniesione w minionym roku:

- Zakup gadżetów z logo Ostrołęki i upominków związanych z Kurpiowszczyzną – 57 096,49 zł brutto;
- Zakup publikacji promujących walory Kurpiowszczyzny i Polski – 33 185,25 zł brutto;
- Współpraca zagraniczna (pobyty zagranicznych drużyn sportowych i delegacji samorządowców oraz wynajem autokarów na wyjazdy przedstawicieli Ostrołęki) – 29.934,51 zł brutto;
- Wykonanie i rozbudowa nowego serwisu internetowego Urzędu Miasta Ostrołęki 26 873,39 zł brutto;
- Realizacja umowy z Media Regionalne Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, dotyczącej współpracy na płaszczyźnie informacyjnej oraz prenumeraty „Tygodnika Ostrołęckiego 19 300,00 zł brutto;
- Wykonanie nowego pakietu materiałów promocyjnych „Ostrołęka” (broшуra pt.: „Gospodarka”, broшуra pt.: „Turystyka”, pakiet widokówek i teczka zamykająca pakiet) 17 324,00 zł brutto;
- Obsługa wizyty Prezydenta RP – Pana Lecha Kaczyńskiego – 16 039,14 zł brutto;
- Reklama Ostrołęki w internecie - 12.200,00 zł brutto;
- Realizacja i emisja audycji radiowej pn.: „Forum samorządowe” na antenie Radia OKO 6 832,00 zł brutto;
- Współpraca z organizacjami społecznymi i instytucjami (współorganizowanie Święta 5 Pułku Ułanów Zasławskich, targów pracy, konferencji Instytutu Pamięci Narodowej, życzenia świąteczne) – 7 813,58 zł brutto;

- Opracowanie Programu Rewitalizacji Miasta Ostrołęki na lata 2008-2013 – 4 392,00 zł brutto;
- Szkolenia dla przedsiębiorców – 2 220,40 zł brutto;
- Reklama Ostrołęki w prasie o zasięgu krajowym – 1 830,00 zł brutto
- Uczestnictwo w imprezie promocyjnej pn.: „Mazowieckie Klimaty” – 1 200,00 zł brutto;
- Zakup nagród w konkursach związanych z naszym miastem – 866,04 zł brutto;

ZAMIERZENIA W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ NA 2009 ROK

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

W budżecie Miasta na 2009 r. na promocję, współpracę z zagranicą i wspieranie przedsiębiorczości przewidziano ogółem 365 tys. zł.

„Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2009 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 2009 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.	BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI, KSZTAŁTOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU OSTROŁĘKI					
1.	Rekonstrukcja wydarzeń z II wojny światowej upamiętniających przekroczenie przez polską kawalerię granicy niemieckiej w Prusach, podczas kampanii 1939 roku w Polsce.	mieszkańcy Ostrołęki oraz turyści			50.000	czerwiec 2009
2.	Utrzymanie i rozbudowa strony internetowej Urzędu Miasta.	użytkownicy internetu	Rzecznik Prasowy UM Wydział Organizacji i Obsługi Rady Miasta	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	10.000	działania bieżące
3.	Wykonanie nowych zdjęć Ostrołęki, w tym zdjęć lotniczych	potencjalni inwestorzy i turyści	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	-	15.000	II-III kwartał 2009
4.	Zakup publikacji promujących Ostrołękę, Kurpiowszczyznę, Mazowsze i Polskę, a także reklama w wydawnictwach specjalistycznych	inwestorzy, turyści	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	50.000	działania bieżące
5.	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

6.	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	----	60.000	I półrocze 2009
7.	Zakończenie prac nad filmem promocyjnym o Ostrołęce, zawierającym informacje ważne dla potencjalnych inwestorów i turystów oraz relacje z najważniejszych wydarzeń kulturalnych, sportowych i gospodarczych odbywających się w mieście.	potencjalni inwestorzy i turyści, lokalne firmy	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	----	28.500	I półrocze 2009
8.	Wykonanie nowych witaczy przy głównych drogach wjazdowych do Ostrołęki zgodnie z projektem Pana Piotra Załuski, który wygrał konkurs na witacz przeprowadzony w 2008 r.	osoby przejeżdżające przez Ostrołękę, lokalne firmy	Wydział Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	środki wydziału GKIOŚ oraz sponsoring lokalnych firm	I półrocze 2009
9.	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
10.	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	10.000	działania bieżące
11.	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	10.000	działania bieżące

12.	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	10.000	działania bieżące
II.	PROMOCJA WEWNĘTRZNA - KOMUNIKOWANIE SIĘ Z MIESZKAŃCAMI					
1.	Prowadzenie bieżącej polityki informacyjnej w szczególności w oparciu o ustawę o dostępie do informacji publicznej – aktualizacja BIP	mieszkańcy miasta i okolic	Rzecznik Prasowy	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	Rzecznik Prasowy	22.000	działania bieżące
3.	Bieżąca współpraca z lokalnymi mediami w zakresie przekazywania mieszkańcom informacji o działaniach samorządu	mieszkańcy miasta i okolic	Rzecznik Prasowy	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	22.000	działania bieżące
4.	Zorganizowanie święta Miasta – Dni Ostrołęki	mieszkańcy Ostrołęki i regionu, turyści	Referat Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	w ramach środków Referatu Kultury, Sportu i Turystyki	maj 2009

III.	ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W OSTROŁĘCE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ					
1.	Udział w konkursie „Samorząd Przyjazny Przedsiębiorczości 2009”	Organizatorzy konkursu	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	-----	8.500	I półrocze 2009
2.	Zorganizowanie wspólnie z Agencją Rozwoju Mazowska tzw. study visit, którego uczestnikami będą zagraniczni przedsiębiorcy, przedstawiciele organizacji gospodarczych i radcy handlowi. Goście poznają warunki inwestowania w naszym mieście	ostrołęckie środowisko gospodarcze	Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej i obsługi inwestora	Wydział Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	18.000	czerwiec 2009
3.	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 Pełnomocnik ds. komunikacji społecznej i obsługi inwestora	5.000	działania bieżące
4.	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
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 Rozwoju Gospodarczego i Promocji Miasta	---	---	działania bieżące
6.	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					320.000 zł	
opłaty notarialne					5.000 zł	

podróże służbowe zagraniczne i obsługa delegacji zagranicznych 40.000 zł

Razem 365.000 zł

IV. NAJISTOTNIEJSZE PRZEDSIĘWZIĘCIA W ZAKRESIE POLITYKI ZAGRANICZNEJ DO REALIZACJI W ROKU 2009:

1. Kontynuacja współpracy z Ambasadą Republiki Węgierskiej w zakresie poznawania historii, zwyczajów i kultury naszych narodów.
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 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. Realizacja unijnych projektów przez ostrołęckie szkoły w zakresie wymiany młodzieży i promocji określonych przedsięwzięć.