

# PREZYDENT MIASTA OSTROŁĘKI



**INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI  
MIASTA I WSPÓLPRACY PARTNERSKIEJ W 2005 ROKU  
ORAZ ZAMIERZENIA NA ROK 2006**

# **INFORMACJA Z REALIZACJI ZADAŃ W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ W 2005 ROKU**

Jednostki terytorialne stopnia podstawowego mają ustawowy 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.

Jednak działania promocyjne wspólnoty lokalnej muszą być spójne z działaniami na szczeblu regionalnym i krajowym. Pozytywny wizerunek kraju stanowi podstawę do promocji wspólnot lokalnych. W minionym roku w ramach realizacji pierwszego etapu „Programu Marketingu Narodowego Polski” - Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA przeprowadziła kampanie reklamową w wybranych krajach Unii Europejskiej. Największy sukces odniosła kampania we Francji i Wielkiej Brytanii związana z „polskim hydraulikiem”. Efektem był wzrost liczny turystów z tych krajów do Polski o kilkanaście procent w stosunku do roku 2004 r. Najchętniej odwiedzane były miasta, które mają bezpośrednie, tanie połączenia lotnicze z zagranicą: Warszawa, Kraków i Wrocław. W Ostrołęce również zaobserwowano wzrost turystów krajowych i zagranicznych.

W ramach promocji gospodarczej w minionym roku utworzono regionalne Centra Obsługi Inwestorów. Jest ich 16, po jednym w każdym województwie. Instytucje te zbierają oferty na specjalnych formularzach, przygotowanych według standardów Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA. Każdy zgłaszany teren inwestycyjny powinien mieć uregulowany stan prawny, najchętniej jednego właściciela, ustalony plan zagospodarowania z przeznaczeniem pod przemysł lub usługi. Powinien też być uzbrojony we wszystkie media, z drogą dojazdową łączącą go z drogą publiczną o jak najwyższym standardzie. Urząd Miejski przekazuje bieżące informacje na temat dostępnych terenów inwestycyjnych do mazowieckiego Centrum.

Głównym celem promocji jest zwiększenie zainteresowania miastem i regionem potencjalnych inwestorów oraz turystów. Zadania służące osiągnięciu tego celu zostały określone w „Harmonogramie realizacji projektów promocji miasta na 2005 r.” Zgodnie z określonymi tam priorytetami w minionym roku działania marketingowe były realizowane w określonych grupach tematycznych.

## ***I. STWORZENIE I BUDOWANIE ŚWIADOMOŚCI MARKI***

- 1) W 2005 r. rozpoczęto prace nad opracowaniem Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości. Jednocześnie odstąpiono od opracowania wspólnego dla Miasta, powiatu i sąsiednich gmin planu promocji na lata 2006-2008.
- 2) W minionym roku Ostrołęka kontynuowała członkostwo z 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.
- 3) Urząd Miejski ciągle utrzymuje i rozbudowuje własny serwis internetowy. Oprócz bieżących informacji dotyczących wydarzeń w Ostrołęce oraz danych w Biuletynie Informacji Publicznej dołączane są nowe komponenty zwiększające atrakcyjność serwisu i służące promocji Miasta. W 2005 r. zamieszczono nowy plan Ostrołęki, wyjątkowy ze względu na zawartość szczegółowych danych m.in. wyrysy działek i budynków, przeznaczenie terenu wg planu zagospodarowania przestrzennego itd. Ponadto serwis internetowy wzbogacono o „spacer interaktywny” – umożliwiający zwiedzenie najciekawszych miejsc w naszym mieście. Panoramy internetowe Ostrołęki cieszą się dużym uznaniem wśród internautów.
- 4) Miasto uczestniczyło w różnych akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych oraz imprezach medialnych: Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, Zmagania Miast, Warka Strong, III Festiwal Staropolski czy Wigilia Staropolska – podczas których zaprezentowano gościom i dziennikarzom zagranicznym bogate tradycje Ziemi Kurpiowskiej.
- 5) W minionym roku przeprowadzono postępowanie przetargowe na wykonanie pakietu materiałów promocyjnych Miasta Ostrołęki w czterech wersjach językowych, składającego się z następujących elementów: broszury o charakterze turystycznym, broszury o charakterze gospodarczym, zestawu kart pocztowych, teczki zamykającej pakiet, kalendarza ściennego trójdzielnego. Postępowanie było przeprowadzone w trybie przetargu nieograniczonego. Przetarg wygrała Drukarnia „Libra-Print” z Łomży. Dodatkowo w ramach umowy zostały wykonane koperty i nalepki z logo Ostrołęki.
- 6) W ramach współpracy z Wydawnictwem REMEDIUM z Torunia został opracowany szczegółowy plan Ostrołęki na podkładach geodezyjnych, w wersji elektronicznej i drukowanej. Koszt wydania planu finansowany był ze sponsoringu lokalnych firm.
- 7) W minionym roku zostały wykonane nowe witacze przy głównych drogach wjazdowych do miasta w formie flag z logo i barwami oraz nazwą Ostrołęki. Ponadto na wybranych sześciu ostrołęckich osiedlach ustawiono tablice z planem miasta, zawierające m.in. powiększony plan danego osiedla.
- 8) 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 „CANAL+” – w ramach transmisji Gali Boksu Zawodowego odbywającej się w Ostrołęce, w dn. 01.12.2005 r.,
  - album fotograficzny pt. „Mazowsze”, wydany przez Pomorską Oficynę Wydawniczo-Reklamową,
  - publikacja „Mazowsze w Unii Europejskiej”,
  - Informator Województwa Mazowieckiego na 2006 r.,
  - Magazyn „Europa Samorządowa. Fakty”;
  - Polskie Książki Telefoniczne - Ostrołęka 2006.

- 9) W celu promocji regionu Kurpiowszczyzny zakupiono publikacje Stowarzyszenia Rozwoju Turystyki i Rekreacji w Ostrołęce: „Pierścień Kurpiowski”, „Potrawy Regionalne Kurpiowszczyzny”.
- 10) Ciągłe wzrasta zapotrzebowanie na upominki reklamowe z herbem i logo Ostrołęki oraz wyroby ludowe związane z Kurpiami. Wymiana gadżetów podczas imprez sportowych, kulturalnych, konferencji i spotkań jest obecnie wręcz obowiązkowe.
- 11) Miasto uczestniczyło w konkursie „Modernizacja Roku 2004”, którego organizatorem są Targi Pomorskie Sp. z o.o. przy udziale Polskiej Izby Przemysłowo-Handlowej Budownictwa i Stowarzyszenia Ochrony Narodowego Dziedzictwa Materialnego. Celem konkursu jest nagrodzenie realizacji przedsięwzięć budowlanych wyróżniających się szczególnymi walorami użytkowymi i estetycznymi.
- 12) W ramach współpracy z Klubem Sportowym TYTAN Pana Waldemara Nola, który jest Mistrzem Świata w kulturystyce seniorów, prowadzona była promocja Ostrołęki podczas Mistrzostw Europy Weteranów w Kulturystyce i Fittnes w Białymstoku oraz podczas Mistrzostw Świata Zawodowców w Kulturystyce odbywających się w USA.
- 13) Urząd Miejski wspólnie z Fundacją Centrum Stosunków Międzynarodowych zorganizował konferencję pn. „Unia Europejska – bliżej”, która była częścią europejskiej debaty publicznej prowadzonej przez Urząd Komitetu Integracji Europejskiej.
- 14) Materiały informacyjno-promocyjne o Ostrołęce były rozprawdane nie tylko przez Urząd Miejski, ale również w ramach działań Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego oraz szeregu instytucji i organizacji działających w mieście.
- 15) W roku ubiegłym Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce zorganizowało VI Ogólnopolskie Sympozjum Muzealnictwa Regionalnego, w którym uczestniczyli muzealnicy z kilkunastu miast Polski. Była to doskonała okazja do zaprezentowania regionu kurpiowskiego. Ponadto Muzeum pokazało wystawę planszową „Wycinanka Kurpiowska” w Rouen we Francji. Warto też wspomnieć o wydaniu katalogu w formie albumu pt. „Pocztówka z Ostrołęki 1900-1945”, który towarzyszył wystawie pod tym samym tytułem.
- 16) Ostrołęckie Centrum Kultury jako instytucja miejska prowadzi działalność, która nierozdzielnie łączy się z promocją różnych dziedzin sztuki i promocją miasta. Działania te idą w kilku przedstawionych niżej kierunkach.

### **Promocja Ostrołęki poprzez organizację imprez.**

Szczególne znaczenie ma tu organizacja imprez, priorytetowych, o ogólnopolskim zasięgu:

- Ogólnopolski Turniej Tańca Towarzyskiego „O Puchar Prezydenta Miasta Ostrołęki”
- Ogólnopolski Konkurs Tańców Polskich w Formie Towarzyskiej „Kurpiowskie Dwojaki”
- Ogólnopolskie Spotkania ze Sztuką Ludową „Łornaria”
- Ogólnopolski Turniej Tańca Towarzyskiego „O Złotą Podwiązkę”
- Ogólnopolskie Spotkania z Piosenką Kabaretową „OSPA”
- Ogólnopolski Festiwal Filmów Nieprofesjonalnych „Filmowe Zwierciadła”

Ponadto po raz pierwszy powierzono OCK organizację Mistrzostw Polski w Tańcu Towarzyskim w kategoriach tańce standardowe - dorośli, młodzież, tańce latynoamerykańskie - junior I, junior II. Wzięło w nich udział ponad 200 par oraz 10 jurorów, z których 4 pochodziło z innych krajów Europy.

### **Promocja działalności własnej.**

Jednym z podstawowych zadań Ostrołęckiego Centrum Kultury jest promocja działalności własnej, której celem jest dotarcie z informacją o ofercie kulturalnej do jak najszerszej części społeczności Ostrołęki. OCK czyni to poprzez: stronę internetową, miesięcznik kulturalny „Bywalec”, plakaty, afisze, ulotki, programy, katalogi, i zaproszenia oraz billboard przy parkingu. Nieocenioną rolę w promowaniu działań OCK spełniają ostrołęckie, lokalne i regionalne media. Podobnie jak w poprzednich latach, w 2005 roku były one patronami większości imprez, przekazując na swoich łamach ich programy i reportaże z ich przebiegu.

### **Promocja amatorskiego ruchu artystycznego**

Bardzo istotnym zadaniem jest promocja, działającego w placówkach OCK, amatorskiego ruchu artystycznego. Działające przy OCK grupy i zespoły często są laureatami ogólnopolskich przeglądów i turniejów.

17) Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji prowadził działania o charakterze promocyjnym organizując imprezy sportowe o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym.

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

- 1) W minionym roku rozpoczęto przygotowania do stworzenia wspólnej oferty inwestycyjnej Miasta Ostrołęki i sąsiednich gmin. Odbyły się pierwsze spotkania władz samorządowych. Prace będą kontynuowane.
- 2) W ramach wspólnej promocji Miasta Ostrołęki, Powiatu Ostrołęckiego i ościennych gmin w minionym roku wykonano prezentację multimedialną w polskiej i angielskiej wersji językowej pt. „Droga na Ostrołękę...” . Materiał ten kompleksowo prezentuje walory turystyczne i gospodarcze miasta i regionu, w tym również tereny inwestycyjne. Prezentacja multimedialna była wykorzystana m.in. podczas „Prezentacji Gospodarczych – Ostrołęka, Łomża 2005”, a także w czasie różnych konferencji i seminariów w kraju i za granicą, w których uczestniczyły samorzady miasta i powiatu. Ponadto prezentacja multimedialna była rozprowadzana wśród indywidualnych odbiorców działań promocyjnych.
- 3) 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.
- 4) Promocja lokalnej gospodarki, w tym terenów inwestycyjnych i ostrołęckich przedsiębiorstw w ramach współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego oraz Polska Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA odbywała się poprzez przystąpienie Miasta Ostrołęki do konkursu „Grunt na medal” oraz przekazywanie informacji dotyczących zapytań konkretnych inwestorów, zainteresowanych inwestycjami na Mazowszu lub nawiązaniem kontaktów gospodarczych. Przekazywano też bieżące informacje na temat terenów inwestycyjnych w naszym mieście do Centrum Obsługi Inwestorów, które zostało utworzone w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego.
- 5) Prowadzone są bieżące działania promujące tereny inwestycyjne. Aktualne oferty komunalne zamieszczone są 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 instytucji i organizacji, które pomagają w nawiązywaniu szerokich kontaktów o charakterze gospodarczym. Adresatami byli m.in. Radey 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 SA.

- 6) W ramach pakietu materiałów promocyjnych pn. „Droga na Ostrołkę...” Miasto wydało broszurę pt. „Ostrołęka – miasto przyjazne inwestorom” – w czterech wersjach językowych, zawierającą m.in. opisy wybranych terenów inwestycyjnych.
- 7) Przedstawiciele Urzędu wzięli udział w Międzynarodowych Targach Nieruchomości EMPEX EUROPE, odbywających się w dn. 14-16 września 2005 w Warszawie. Celem udziału w targach oprócz zapoznania się z konwencją tej prestiżowej imprezy było nawiązanie współpracy z potencjalnymi inwestorami oraz kontaktów partnerskich z miastami z innych krajów.

### **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 na stronie internetowej oraz w Biuletynie Informacji Publicznej, który jest prowadzony w ramach serwisu internetowego Urzędu Miejskiego, a także w bezpłatnym biuletynie samorządowym pt. „Ratusz”.
- 2) 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.
- 3) W celu zwiększenia zaangażowania mieszkańców w działalność samorządu organizowane były różnego typu imprezy kulturalne, sportowe i gospodarcze, np. festyny osiedlowe, konkursy dla mieszkańców, imprezy kulturalne organizowane głównie przez OCK oraz imprezy szkolne, akcja „sprzątanie świata”. Ponadto Miasto było współorganizatorem dużych imprez medialnych jak „Zmagania Miast”, których celem była głównie promocja zewnętrzna, ale impreza ta dostarczyła też wielu pozytywnych emocji mieszkańcom naszego miasta i regionu.
- 4) Organizowane są cykliczne spotkania władz miasta z mieszkańcami Ostrołęki zarówno bezpośrednie jak i na antenie Radia „OKO”, których celem jest informowanie społeczeństwa o realizowanych i planowanych działaniach samorządu oraz konsultowanie poszczególnych przedsięwzięć.
- 5) Kontynuowano współpracę z Radą Gospodarczą w celu wymiany myśli gospodarczej i opinii na temat rozwoju gospodarczego miasta oraz wzmocnienia lobbingu na rzecz działań rozwojowych.
- 6) Tradycyjnie w dniach 12-26 maja 2005 r. świętowaliśmy Dni Ostrołęki, podczas których odbyło się wiele imprez kulturalnych, sportowych i gospodarczych o zasięgu ogólnopolskim i międzynarodowym.
- 7) Urząd Miejski największą wagę przykładą do podnoszenia jakości usług świadczonych dla mieszkańców miasta. W ubiegłym roku przystąpiliśmy do ogólnopolskiego programu

„Przejrzysta Polska” ogłoszonego przez Gazetę Wyborczą. Spośród pięciu obowiązkowych zadań opracowywanych przez pracowników urzędu – dwa uznane zostały przez organizatorów programu za wzorcowe: - nabór nowych pracowników i karty informacyjne dla mieszkańców.

- 8) Podniesieniu jakości usług dla mieszkańców służą też rozpoczęte w ubiegłym roku starania o uzyskanie znaku jakości ISO 9001. Jesteśmy przekonani, że podczas uroczystej sesji Rady Miejskiej w Ostrołęce w maju 2006 roku certyfikat jakości zostanie przekazany na ręce Prezydenta Miasta.
- W Urzędzie Miejskim w Ostrołęce funkcjonują również 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 dniu 3 listopada 2005 r. Rada Miejska w Ostrołęce podjęła uchwałę Nr 405/XLV/2005 w sprawie przystąpienia Miasta Ostrołęki do Mazowieckiego Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o. wnosząc do spółki wkład pieniężny w kwocie 10.000 zł.
- Korzyści z powyższego rozwiązania to :
- małe zaangażowanie finansowe budżetu Miasta Ostrołęki;
  - obniżenie prowizji dla przedsiębiorców prowadzących działalność na terenie Miasta Ostrołęki uzyskujących poręczenie z 1,8 % (prowizja dla wszystkich beneficjentów Funduszu) na 1,3 % (wysokość prowizji dla beneficjentów z terenu gmin, miast i powiatów udziałowców Funduszu);
  - możliwość wyznaczenia przedstawiciela Miasta do Komisji Doradczej Funduszu;
  - zaspokojenie potrzeb ostrołęckich przedsiębiorców w zakresie poręczeń kredytowych z uwagi na wysoki kapitał zakładowy Mazowieckiego Funduszu Poręczeń Kredytowych;
  - prostą procedurę mazowieckiego funduszu, w której przedsiębiorca ubiegający się o poręczenie składa wnioski bezpośrednio w banku udzielającym kredytu lub pożyczki.

Jednocześnie Rada Miejska w Ostrołęce uchwałą Nr 424/XLVII/2005 z dnia 8 grudnia 2005 r. postanowiła o przystąpieniu Miasta Ostrołęki do Łomżyńskiego Funduszu Poręczeń Kredytowych Sp. z o.o. poprzez wniesienie wkładu pieniężnego w wysokości 35.000 zł.

- 2) W dniach 21-22 maja 2005 r. odbyła się VI edycja targów pn. „Prezentacje Gospodarcze Ostrołęka-Łomża 2005”, której głównymi organizatorami byli tradycyjnie: Prezydent Ostrołęki i Ostrołęckie Forum Gospodarcze. Natomiast współorganizatorami: Starosta Ostrołęcki i po raz pierwszy Prezydent Łomży, Starosta Łomżyński oraz Łomżyńska Izba Przemysłowo-Handlowa. Beneficjentami targów byli przedsiębiorcy i mieszkańcy miast: Ostrołęki, Łomży i ich okolic, urzędnicy samorządowi i rządowi, parlamentarzyści, przedstawiciele środowisk gospodarczych i organizacji pozarządowych. W imprezie uczestniczyli też przedstawiciele administracji i biznesu miast partnerskich.
- 3) Władze samorządowe wspólnie z lokalnymi organizacjami i parlamentarzystami podejmowały działania na rzecz utrzymania połączeń kolejowych z Ostrołęki do Warszawy oraz wznowienia połączeń z Olsztynem. Kolejnym wspólnym wyzwaniem

była kontynuacja budowy ostrołęckiego szpitala, na którą udało się pozyskać duże środki finansowe.

- 4) Urząd Miejski podjął inicjatywę utworzenia Katalogu Firm Ostrołęckich, którego celem byłaby promocja lokalnej gospodarki. Informacje o przedsięwzięciu wraz z formularzem zgłoszenia były przesłane do wszystkich lokalnych organizacji gospodarczych, zamieszczone na ostrołęckich stronach internetowych oraz w prasie. Pomimo intensywnych działań informacyjnych wpłynęło tylko kilka zgłoszeń.
- 5) 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.
- 6) Działania na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości prowadziły także ostrołęckie organizacje otoczenia biznesu. Najważniejszym przedsięwzięciem Regionalnej Izby Gospodarczej „Ostrołęka Nas Zjednoczy” był udział przedstawicieli izby w misji gospodarczej do Stanów Zjednoczonych Ameryki. Zostały nawiązane kontakty gospodarcze z przedsiębiorcami i organizacjami okołobiznesowymi z Meadville w Stanie Pennsylvania.

Agencja Rozwoju Regionu Mazowsza Północno-Wschodniego ARR MPW promowała Ostrołękę głównie poprzez współdziałanie w sieciach informacji europejskiej, krajowych (RCIE), europejskich (Europe Direct i Euro Desk) oraz poprzez wyjazdy studyjne i realizację projektów międzynarodowych.

- 7) Działania na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości prowadziła też Agencja Rozwoju Regionalnego SA w Ostrołęce. W 2005 r. w wyniku udziału w konkursach Agencja uzyskała dotacje na łączną wartość 349.570 zł. Jest to kwota pozyskana dla rozwoju Ostrołęki i subregionu ostrołęckiego. Agencja stała się wiodącą instytucją w skutecznym pozyskiwaniu dotacji z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej na realizację miękkich projektów. Jednocześnie ARR SA jako ośrodek Krajowego Systemu Usług poprzez wysokiej jakości usługi doradcze zapewniła realizację inwestycji przez przedsiębiorców z Ostrołęki o wartości ponad 2.000.000 zł, przyczyniając się do uzyskania przez firmy dotacji o wartości ponad 1.000.000 zł. Inwestycje te związane są ze stworzeniem ponad 25 trwałych miejsc pracy. Ogółem z usług informacyjnych i doradczych Agencji skorzystało 128 klientów z Ostrołęki i subregionu ostrołęckiego.

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

„Strategia Rozwoju Miasta Ostrołęki do 2010 roku” została przyjęta do realizacji przez Radę Miejską Uchwałą Nr 262/XXVI/2000 w dn. 27.10.2000 r.

Raport z realizacji Strategii przedstawiony był Radzie Miejskiej w grudniu 2003 roku. Ze względu na uczestnictwo, naszego miasta w programie „Przejrzysta Polska”, gdzie posiadanie aktualnej strategii rozwoju miasta jest zadaniem obligatoryjnym, w 2005 roku przeprowadzono aktualizację strategii, która poprzedzona została badaniami ankietowymi wśród społeczności lokalnej.

Uwagi i sugestie respondentów dotyczyły uwzględnienia w strategii miasta zapisów regulujących m.in. kwestie koordynacji połączeń kolejowych z komunikacją miejską, rewitalizacji węzła kolejowego, połączenia obwodnicy z nowym mostem, rozwoju sieci lokalnej komunikacji zbiorowej w celu związania miasta Ostrołęki z ościennymi gminami oraz promowania walorów turystycznych regionu.

Najistotniejsze zmiany wprowadzone w aktualizacji to dwa nowe programy strategiczne tj. „Rewitalizacja miasta Ostrołęki” i „Rozwiązywanie problemów społecznych” oraz nowe zadania jak: opracowanie Programu Przedsiębiorczości w Ostrołęce, stworzenie



nowej koncepcji obchodów Święta Miasta, rozszerzenie międzynarodowej wymiany kulturalnej w ramach umów partnerskich, opracowanie programu polityki rozwoju kultury, sportu i turystyki Miasta Ostrołęki.

Zarówno aktualizacja jak i tekst jednolity Strategii Rozwoju Miasta został podany do publicznej wiadomości na stronie internetowej Miasta.

## **VI. DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z ABSORBCJĄ FUNDUSZY UNII EUROPEJSKIEJ**

- 1) W minionym roku realizowano budowę obwodnicy Miasta, której projekt uzyskał dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego. Zarówno Wydział Promocji i Rozwoju Miasta, jak i Rzecznik Prasowy UM w swoich działaniach informowali o inwestycji oraz źródłach jej finansowania.
- 2) 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 uczestniczyło 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 2005 r. w Ostrołęce odbyło się spotkanie partnerów ze wszystkich krajów uczestniczących w projekcie. Ostatnie spotkanie partnerów projektu miało miejsce w listopadzie ubiegłego roku w Brukseli. Natomiast w grudniu projekt został zakończony.
- 3) Komisja Europejska dnia 16.12.2005 r. wydała decyzję K(2005)5756 w sprawie przyznania pomocy w ramach Funduszu Spójności dla projektu pn. „Modernizacja i rozbudowa systemu odbioru ścieków w Ostrołęce i gminie Olszewo-Borki”.
- 4) Miasto złożyło wniosek o dofinansowanie projektu pn. „Przebudowa ulicy Gomulickiego i ulicy Gołębiej w ramach programu rewitalizacji Starego Miasta w Ostrołęce” z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach ZPORR.
- 5) Urząd Miejski wspólnie z Ostrołęckim Centrum Kultury, Muzeum Kultury Kurpiowskiej i Ostrołęckim Forum Gospodarczym przygotował projekt z zakresu promocji turystyki i kultury pn. „Droga na Ostrołękę...”. Miasto jako główny beneficjent złożyło wniosek o dofinansowanie projektu ze środków Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego.
- 6) W 2005 r. Miasto Ostrołęka po raz drugi otrzymało środki finansowe na stypendia z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego.
- 7) Agencja Rozwoju Regionalnego SA realizowała swoją misję, tj. wspieranie przemian gospodarczych i przygotowanie do działania w zjednoczonej Europie, poprzez przygotowanie i złożenie wniosków o dofinansowanie na realizację sześciu projektów:
  - „Usługi instytucji rynku pracy szansą podniesienia aktywności zawodowej młodych ludzi” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,
  - „Wirtualna firma – szansą na przedsiębiorczość i aktywność zawodową młodzieży” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,
  - „Kompleksowe wsparcie – szansą trwałości nowopowstałych mikroprzedsiębiorstw” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Urząd Marszałkowski w Warszawie,
  - „Wsparcie doradcy zawodowego szansą dla studentów na lepsze dostosowanie się do wymogów regionalnego rynku pracy” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,

- „Kształcenie ustawiczne warunkiem dostosowania umiejętności i kwalifikacji zawodowych nauczycieli do wymogów regionalnego rynku pracy” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie,
- „Samozatrudnienie strategią własnej aktywności zawodowej” – w odpowiedzi na konkurs ogłoszony przez Urząd Marszałkowski w Warszawie.

## **VII. AKTYWIZACJA LOKALNEGO RYNKU PRACY**

W oparciu o środki Funduszu pracy realizowano następujące aktywne formy przeciwdziałania bezrobociu takie jak:

- szkolenia grupowe i indywidualne (skorzystało 293 osoby bezrobotne),
- prace interwencyjne (skorzystało 554 osoby),
- refundacja wynagrodzeń absolwentów (21 osób),
- staże (785 osób), przygotowanie zawodowe (265 osób),
- jednorazowe środki dla bezrobotnych na podjęcie działalności gospodarczej (75 osób),
- refundacja kosztów zatrudnienia młodocianych pracowników (120).

Zadania z zakresu promocji zatrudnienia i aktywizowania lokalnego rynku pracy realizowane są poprzez Powiatowy Urząd Pracy, który pozyskuje dodatkowe środki z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach działań Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich. Jest to związane z obowiązkiem zachowania określonych standardów dla partnerów rynku pracy jak i osób bezrobotnych. Aktywne formy przeciwdziałania bezrobociu są realizowane m.in. w oparciu o programy:

- aktywizację zawodową bezrobotnych w ramach środków określonych **algorytmem**,
- aktywizację zawodową bezrobotnych dotychczas nie pracujących w wieku do 25 lat **„Pierwsza Praca”**, Głównym celem projektu jest było przyczynienie się do zatrzymania procesu powiększania się obszaru bezrobocia ludzi młodych i program ten skierowany był do osób bezrobotnych dotychczas niepracujących w wieku do 25 lat, stworzenie im równych szans na rynku pracy poprzez wyrównywanie luk edukacyjnych, możliwość zdobycia stażu zawodowego i pierwszego doświadczenia zawodowego, wsparcie ekonomiczne dla zakładów pracy zgłaszających akces stworzenia stałych miejsc pracy i aktywności zawodowej, uczestniczyło 970 osób,

- program wykonywania robót konserwacyjnych urządzeń melioracji podstawowych na terenie województwa mazowieckiego przy wykorzystaniu zatrudnienia osób bezrobotnych w ramach robót publicznych **„Praca środowisko”**, cel - zintegrowanie z rynkiem pracy bezrobotnych uczestniczących w programie poprzez wykonanie przez nich robót konserwacyjnych urządzeń melioracji podstawowych na terenie województwa mazowieckiego przy wykorzystaniu zatrudnienia w ramach robót publicznych. W programie uczestniczyło 48 osób długotrwale bezrobotnych.

- projekt posiłkowy pn. **„Ostrołęcka aktywizacja dla młodych szansą na lepsze jutro”** w ramach projektu „Europejska szansa Młodzieży” Działania 1.2. Perspektywy dla młodzieży Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich, Projekt objął grupę 287 bezrobotnych. Celem projektu było zaktywizowanie i przygotowanie do wejścia na rynek pracy oraz dostosowanie kwalifikacji zawodowych bezrobotnej młodzieży do 25 roku życia oraz absolwentów wszystkich typów szkół, zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy w Ostrołęce. Projekt objął grupę 287 osób bezrobotnych (110 mężczyzn i 177 kobiet), w tym 118 absolwentów (45 mężczyzn i 73 kobiety). W ramach projektu osoby bezrobotne były obejmowane usługami indywidualnego i grupowego poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy oraz stażami, pracami interwencyjnymi, szkoleniami dostosowanymi do wymagań rynku pracy i dotacjami na samozatrudnienie.

- projekt posiłkowy pn. **„Szansa dla długotrwale bezrobotnych na powrót na rynek pracy”** w ramach projektu „Powrót osób bezrobotnych na europejski rynek pracy Działania 1.3 Przeciwdziałanie i zwalczanie długotrwałego bezrobocia - Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich. Celem projektu było zaktywizowanie i przygotowanie do powrotu na rynek pracy osób bezrobotnych w wieku powyżej 25 lat, w tym długotrwale bezrobotnych. Skorzystało 408 osób bezrobotnych. W ramach projektu osoby bezrobotne były obejmowane usługami indywidualnego i grupowego poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy oraz przygotowaniem zawodowym, pracami interwencyjnymi, szkoleniami dostosowanymi do wymagań rynku pracy i dotacjami na samozatrudnienie.

Ponadto realizowano projekty:

- projekt pn. **„Pierwsza szansa”** w ramach Działania 1.2 Perspektywy dla młodzieży Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich. Celem projektu jest zaktywizowanie i przygotowanie do wejścia na rynek pracy oraz dostosowanie kwalifikacji zawodowych bezrobotnej młodzieży do 25 roku życia oraz absolwentów wszystkich typów szkół, zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy w Ostrołęce. Projekt kierowany jest do grupy 625 osób bezrobotnych. W ramach projektu osoby bezrobotne są obejmowane usługami indywidualnego i grupowego poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy oraz stażami, pracami interwencyjnymi, szkoleniami dostosowanymi do wymagań rynku pracy i jednorazowymi środkami na podjęcie działalności gospodarczej. Projekt objął już grupę 647 osób bezrobotnych (200 mężczyzn i 447 kobiet), w tym 374 absolwentów (105 mężczyzn i 269 kobiet).

- projekt pn. **„Powrót na rynek pracy”** w ramach Działania 1.3 Przeciwdziałanie i zwalczanie długotrwałego bezrobocia Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój Zasobów Ludzkich. Realizacja projektu zakończy się w czerwcu 2006 roku. Celem projektu jest zaktywizowanie i przygotowanie do powrotu na rynek pracy osób bezrobotnych w wieku powyżej 25 lat, w tym długotrwale bezrobotnych. Projekt obejmie grupę 335 osób bezrobotnych. W ramach projektu osoby bezrobotne są obejmowane usługami indywidualnego i grupowego poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy oraz przygotowaniem zawodowym, pracami interwencyjnymi, szkoleniami dostosowanymi do wymagań rynku pracy i jednorazowymi środkami na podjęcie działalności gospodarczej. Projekt objął już grupę 332 osób.

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

Partnerski rozwój kontaktów międzynarodowych z wybranymi miastami, służyć ma przede wszystkim wymianie doświadczeń we wszystkich sferach życia społeczno-gospodarczego, jak również kształtowaniu wśród mieszkańców podstaw przygotowujących ich do życia i funkcjonowania w społeczeństwie multikulturowym poprzez nawiązywanie kontaktów międzyludzkich szczególnie wśród młodzieży, oraz poprzez nawiązywanie wzajemnych, korzystnych więzi gospodarczych. Ważnym aspektem polityki zagranicznej miasta jest również tworzenie możliwości nawiązania kontaktów w poszczególnych dziedzinach, oraz kreowanie korzystnych warunków do współpracy przedsiębiorców i organizacji społecznych.

### **Ważniejsze wydarzenia z udziałem partnerów zagranicznych, które miały miejsce w roku 2005:**

- 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 Galerii „Ostrołęka” oraz okolicznościowej wystawy w Muzeum Kultury Kurpiowskiej.
- 2) Tradycyjnie w maju podczas „Dni Ostrołęki”, kiedy odbywała się VI edycja targów „Prezentacje Gospodarcze Ostrołęka 2005”, w ramach tej inicjatywy tradycyjnie już wzięli udział przedstawiciele z miast partnerskich. W tym roku gościły delegacje z Alytusa /Litwa/, oraz z Mostów /Białoruś/. Udział w targach partnerów zagranicznych miał na celu wymianę informacji, doświadczeń lokalnych i zagranicznych na szczeblu samorządowym oraz przedsiębiorców. Impreza ta jest organizowana corocznie w terminie kiedy obchodzone są „Dni Ostrołęki”, co umożliwia uczestnictwo przedstawicieli delegacji zagranicznych w innych imprezach kulturalnych organizowanych w tym czasie w naszym mieście.
- 3) Na zaproszenie władz miasta partnerskiego Alytus na Litwie przebywała delegacja z Ostrołęki w terminie 10-12 czerwca 2005. Okazją do spotkania były „Dni Miasta Alytus” i obchody 424 rocznicy nadania praw miejskich oraz herbu miastu Alytus. Delegacja uczestniczyła w spotkaniach z władzami miasta, zwiedziła zarówno miasto jak i region Dzukija, zapoznając się z jego tradycjami kulturowymi oraz zaprezentowała nasze miasto Ostrołękę i przekazała materiały informacyjno-promocyjne w języku polskim i rosyjskim o naszym mieście. Ponadto przedstawiciele naszego miasta mieli okazję nawiązać kontakty i wymienić doświadczenia na szczeblu samorządowym z samorządowcami innych miast partnerskich Alytusa, m.in. z Danii, Łotwy, Estonii i Chin.
- 4) Kolejnym etapem współpracy z niemieckim miastem Meppen była rewizyta członków Rady Miejskiej oraz pracowników administracji miasta Meppen w Ostrołęce w miesiącu wrześniu 2005r. Podczas pobytu w naszym mieście samorządowcy z Ostrołęki mieli okazję do zwiedzenia zarówno miasta jak i okolic oraz wymiany doświadczeń w zakresie funkcjonowania samorządów obu miast. Delegacja zwiedziła m.in. Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie oraz Miejski Dom Pomocy Społecznej, zapoznając się z warunkami leczenia oraz zasadami funkcjonowania pomocy społecznej w Ostrołęce. Zwiedzono wybrane ostrołęckie szkoły, rozmawiając o nawiązaniu współpracy partnerskiej pomiędzy szkołami. Następnie samorządowcom niemieckim zostały zaprezentowane tereny pod inwestycje znajdujące się na terenie naszego miasta, jak również przedstawiono zasady ich przygotowywania.
- 5) Z powodzeniem realizowana jest współpraca partnerska w dziedzinie sportu. W grudniu 2005 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 młodzieżowe drużyny sportowe z miast partnerskich Mosty/Białoruś/, Alytusa/Litwa/ oraz po raz drugi w tym roku z Meppen/Niemcy/.
- 6) Nauczycielka języka niemieckiego Zespołu Szkół Zawodowych Nr 2 w Ostrołęce w ramach współpracy międzynarodowej uczestniczyła w terminie od 9 stycznia do 6

lutego 2006 roku w seminarium metodyczno – kulturoznawczym „Wybrzeże i Góry”, w ramach którego dwa tygodnie przebywała w Hamburgu i dwa tygodnie w Monachium. Organizatorem seminarium był Instytut Goethego w Warszawie. W planach pracy szkoły na rok 2005/2006 jest poszukiwanie partnera do kolejnej edycji programu Leonardo da Vinci, dla uczniów technikum fryzjerskiego i informatycznego.

- 7) Zespół Szkół nr 5 im. Unii Europejskiej realizował prace w ramach projektu Socrates Comenius Akcja 1 Projekty Szkolne. III Liceum Ogólnokształcące uczestniczy od 1 września 2005r. w międzynarodowym projekcie edukacyjnym pt. „Uczenie się i nauczanie ponad granicami – Euro-LAB”. W projekcie tym 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. Do tej pory w ramach projektu przeprowadzono między innymi następujące działania: w każdej szkole zorganizowano konkurs na logo projektu, rozpoczęto projekt językowy na temat wiedzy o niemieckiej muzyce pop do realizacji na lekcjach jęz. niemieckiego jako obcego, przeprowadzono ankietę na temat stylu życia nastolatków i nawiązano pierwsze kontakty mailowe z rówieśnikami ze szkół partnerskich, przygotowano płyty CD z prezentacją systemu edukacji, szkoły, regionu, kraju, przeprowadzono ankietę na temat żywienia oraz prezentację siedmiu grup żywieniowych, porównano piramidę żywieniową diety śródziemnomorskiej i amerykańskiej, przeprowadzono szkolenie w zakresie wideo filmowania dla zespołu Comenius, przygotowano płytę CD prezentującą wywiady z przedstawicielami szkół partnerskich na temat systemu edukacji w krajach przeprowadzone w czasie wizyty przygotowawczej w Polsce.
- 8) Kontynuowane były kontakty listowne z miastem Derby w Stanach Zjednoczonych w celu rozważenia możliwości nawiązania współpracy partnerskiej. Jednakże pomimo wystosowania wspólnie ze Starostwem Powiatowym zaproszenia do złożenia wizyty w Ostrołęce do spotkania w roku 2005 nie doszło. Kontakty z radcą handlowym Ambasady Polskiej w Nowym Jorku /Stany Zjednoczone/ będą kontynuowane w roku 2006.
- 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” – Zadanie nie było realizowane z powodu nie uzyskania środków finansowych na ten cel z Programu.
- 10) I Liceum Ogólnokształcące im. Gen. Józefa Bema w roku szkolnym 2004-05 oraz 2004-06 gościło wolontariuszy z Niemiec i Holandii z niemieckiej organizacji pozarządowej IBO (*Internationaler Bauorden*), jak również dwójkę wolontariuszy - studentka lingwistyki z Ukrainy oraz student ekonomii z Korei Południowej w ramach programu ‘Native for the Young ‘ realizowanego przez wrocławski oddział organizacji AIESEC. Wolontariusze brali udział w zajęciach lekcyjnych pod kierunkiem nauczycieli języka niemieckiego i angielskiego, poprowadzili szereg lekcji i spotkań z uczniami I LO, prezentując swoje kraje – ich kulturę, historię, geografę, sytuację ekonomiczną. Zajęcia miały zarówno formę prezentacji, jak też dyskusji z młodzieżą, oczywiście w języku angielskim lub niemieckim. Dzięki zaangażowaniu nauczycieli języków obcych organizowano również zajęcia pozalekcyjne, tak aby młodzi ludzie w efektywny sposób wykorzystali przyjazd Native Speakerów. Ponadto wolontariusze mieli okazję zwiedzenia Ostrołęki i okolic, jak również Mazur,

Warszawy, Olsztyna, Gdańska i Szczecina. W wolnym czasie uczestniczyli w wycieczkach, które umożliwiły im poznawanie naszego regionu, jego przyrody, kultury i tradycji. Zwiedzili m.in. rezerwat w Czarni, Katedrę w Myszyńcu, skansen w Kadzidle, stadninę koni w Dzbeninie, oraz ostrołęckie muzeum, galerię, dom kultury, biorąc udział w imprezach towarzyszących 'Dniom Ostrołęki'. Wolontariusze zostali też przyjęci przez Prezydenta Miasta. Ponadto młodzież szkolna I LO odbyła tygodniową wycieczkę do niemieckiego miasta partnerskiego Meppen, w ramach której mieli okazję zapoznać się z kulturą i zabytkami tego miasta.

- 11) W październiku 2005r. grupa młodzieży z Ostrołęki przebywała na zaproszenie Przewodniczącego Komisji ds. Młodzieży i Sportu Rady Miejskiej Arno Filliesa w Meppen na turnieju sportowym koszykówki młodziczek w Meppen. Dzięki osobistemu zaangażowaniu organizatorów młodzież poza udziałem w turnieju zwiedziła miasto i okolicę oraz miała okazję uczestniczyć w szeregu ciekawych spotkań.

## **PODSUMOWANIE**

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 najnowszych 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.

Z danych i informacji uzyskanych z jednostek funkcjonujących na terenie Miasta zaobserwować można pozytywne dla Ostrołęki tendencje rozwojowe, które znalazły swoje potwierdzenie w opiniach i wnioskach zgłaszanych przez ostrołęczan w trakcie konsultacji społecznych, przeprowadzanych dla potrzeb prac Urzędu w minionym roku. Do pozytywnych wskaźników zaliczyć możemy:

### **w obszarze społecznym:**

- wzrost zainteresowania i zaangażowania społeczeństwa w sprawy lokalne,
- znaczny wzrost liczby osób z wykształceniem wyższym,
- wzrost zainteresowania nauką języków obcych,
- zwiększająca się liczba osób odwiedzających Miasto w celach turystycznych i biznesowych,
- wzrost zainteresowania folklorem kurpiowskim,
- zwiększające się poczucie bezpieczeństwa,
- dodatni przyrost naturalny
- korzystniejsza struktura wiekowa mieszkańców niż w innych jednostkach terytorialnych;

### **w obszarze gospodarczym:**

- wzrost aktywności gospodarczej, w tym zwiększająca się liczba przedsiębiorców w zakresie prowadzenia usług,
- zwiększone zainteresowanie możliwościami pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych,
- nakłady na inwestycje w ostrołęckich przedsiębiorstwach były wyższe niż średnia w województwie i kraju,
- większość oferowanych terenów inwestycyjnych w „strefie rozwoju gospodarczego” znalazła swoich nabywców.

W celu przyspieszenia rozwoju naszego Miasta w minionym roku podejmowane były działania służące integracji z metropolią warszawską, głównie transportowej i komunikacyjnej. Ponadto skupialiśmy nasze wysiłki na realizowaniu zadań inwestycyjnych i pozyskiwaniu nowych środków na kolejne przedsięwzięcia. Warto nadmienić, że w wyniku ukończenia budowy obwodnicy Miasta dostępne staną się nowe tereny inwestycyjne, w tym ok. 20 ha komunalnych. W minionym roku opracowywano też kolejne 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. Ponadto złożono wnioski o dofinansowanie projektu z zakresu promocji turystyki i kultury.

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).

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 2005”, a także na kolportowaniu materiałów informacyjno-promocyjnych o Ostrołęce podczas wyjazdów i spotkań z partnerami z kraju i zagranicy.

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. Jednocześnie pozwala lepiej zagospodarować zasoby ludzkie, naturalne, materialne oraz określa optymalne ich wykorzystanie.

Najważniejsze wydatki w 2005 r. ze środków na promocję Miasta to:

Składka w członkowska w Związku Miast Polskich – 10.418,00 zł;

Internetowy spacer interaktywny - 7.100,40 zł brutto;

Pakiet materiałów promocyjnych Miasta Ostrołęki - 16.256,50 zł brutto;

Wykonanie tablic z planem miasta – 12.810,00 zł brutto;

Reklama w czasopismach i wydawnictwach – 10.900,00 zł brutto;

Zakup różnego rodzaju upominków reklamowych – 33.500,00 zł brutto;

Współorganizacja „Prezentacji Gospodarczych – Ostrołęka, Łomża 2005” – 7.300,00 zł brutto.

Prezentacja multimedialna Miasta i Powiatu – 4.300 zł.



## **ZAMIERZENIA W ZAKRESIE PROMOCJI MIASTA I WSPÓŁPRACY PARTNERSKIEJ NA 2006 ROK**

W ubiegłym roku rozpoczęto prace nad zmianą niezadowolającego wizerunku Polski na świecie - zgodnie z nowymi trendami budowania marki państwa: „Marka dla Polski”, w ramach pierwszego etapu „Programu Marketingu Narodowego Polski”. Program realizowany był przez Krajową Izbę Gospodarczą i Instytut Marki Polskiej, Ministerstwo Gospodarki i Pracy, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Polską Agencję Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA oraz Polską Organizację Turystyczną. Należy pamiętać, że perspektywa czasowa strategii promocyjnej kraju czy regionu powinna wynosić ok. 20 lat. Dopiero po takim czasie można ocenić rezultaty.

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 Ostrołęki będą spójne z działaniami władz krajowych i regionalnych w tym zakresie. W aktualizowanej Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego jednym z celów strategicznych jest: Poprawa atrakcyjności regionu, kształtowanie jego wizerunku oraz promocja

Kształtowanie wizerunku i promocja regionu będą prowadzone z uwzględnieniem specyfiki grup docelowych. Promowanie regionu będzie odbywało się w dwóch wymiarach: wewnętrznym i zewnętrznym, tzn. będzie skierowane do mieszkańców oraz potencjalnych inwestorów z Mazowsza oraz do osób i instytucji spoza regionu.

W ramach poprawy i promocji atrakcyjności inwestycyjnej władze regionalne będą dążyć do tworzenia możliwie najlepszych warunków inwestowania w regionie, zwłaszcza poprzez poprawę istniejącej i tworzenie nowej infrastruktury transportowej. Podejmowane przez samorządy działania w sferze gospodarczej powinny koncentrować się na zwiększeniu atrakcyjności inwestycyjnej, w celu skupienia kapitału krajowego i zagranicznego.

Cel ten będzie realizowany m.in. poprzez następujące działania:

- zintensyfikowanie prac nad miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego, ponieważ planowanie przestrzenne na poziomie lokalnym jest czynnikiem stymulującym napływ inwestycji;
- tworzenie warunków w postaci zachęt i ulg inwestycyjnych w celu przyciągnięcia potencjalnych inwestorów oraz tworzenia klimatu inwestycyjnego;
- wymianę informacji o dostępnych terenach inwestycyjnych, potrzebach i możliwościach inwestowania i zamieszczenie ich w: „Przewodniku inwestora po Mazowszu”, Centrum Obsługi Inwestora itd.
- wprowadzenie nowych technologii i produktów innowacyjnych.

Promocja i zwiększanie atrakcyjności turystycznej i rekreacyjnej regionu w oparciu o walory środowiska przyrodniczego i dziedzictwo kulturowe jest jednym z celów operacyjnych aktualizowanej strategii Mazowsza.

Ostrołęka będzie uczestniczyć w realizacji tego celu poprzez udział w następujących działaniach:

- wydawanie publikacji promocyjnych, oraz kreowanie pozytywnego wizerunku w mediach;
- kolportowaniu materiałów o Ostrołęce przez Biuro Przedstawicielskiego Województwa Mazowieckiego w Brukseli;
- rozwijanie zintegrowanego systemu promocji i informacji turystycznej;
- dalszy rozwój sieci szlaków turystycznych, rowerowych;
- promowanie bogactwa unikalnych tradycji kurpiowskich.

Kolejny cel operacyjny jakim jest kreowanie produktu regionu będzie realizowany m.in. poprzez:

- prezentowanie szerokiej oferty związanej z kulturą regionu (obrzędy, rękodzieło, tradycje, kapele i zespoły folklorystyczne),
- ekspozycja regionalnych produktów ekologicznych i turystycznych, uwzględniających lokalne tradycje (przykładowo palmy kurpiowskie czy strój kurpiowski), związanych z krajobrazem (wierzba, bocian) lub kulturą;
- wspieranie rozwoju marek regionalnych i tradycyjnych produktów żywnościowych - opracowanie katalogu produktów/ofert regionalnych Mazowsza;
- organizowanie okolicznościowych i stałych imprez lokalnych (targów, festiwali, konkursów);
- promocja unikalnych zabytków architektury, miejsc pamięci narodowej oraz zamieszkania i pobytu wielkich twórców identyfikujących się z regionem;
- upowszechnianie nauki poprzez organizowanie seminariów, debat, dyskusji, imprez poświęconych tematyce zdobywania wiedzy i wykorzystywania jej w życiu.

Miasto Ostrołęka będzie ściśle współpracować z Urzędem Marszałkowskim Województwa Mazowieckiego w realizacji opisanych celów operacyjnych związanych z promocją regionu. Poprzez tę współpracę będziemy się starali maksymalnie wykorzystać wszystkie możliwości promocji Ostrołęki.

Jednocześnie będą kontynuowane prace zmierzające do rozwoju i unowocześnienia infrastruktury oraz poprawy warunków życia w mieście poprzez realizację kolejnych inwestycji.

Trwają prace nad opracowaniem Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości, którego realizacja będzie miała bezpośredni wpływ na funkcjonowanie lokalnych przedsiębiorców. Obecnie prowadzone są badania ankietowe, których celem jest zinventaryzowanie i przygotowanie bazy danych, służącej do opracowania kierunków wsparcia i aktywizacji sektora MSP.

W ramach wspierania lokalnych małych i średnich przedsiębiorstw planowane jest utworzenie Punktu Obsługi Inwestora i Promocji Eksportu.

W projekcie budżetu Miasta na 2006 r. na promocję przewidziano ogółem 145 tys. zł. Jest to kwota bardzo niska. Dla porównania sąsiednia Łomża na promocje przeznaczyła w tegorocznym budżecie ok. 300 tys. zł. Działania promocyjne są niestety bardzo kosztowne, szczególnie profesjonalne kampanie reklamowe, które mogą przynieść oczekiwany sukces. Niemniej jednak przeznaczone na ten cel środki będą wykorzystane efektywnie, a ponadto będziemy podejmować starania o pozyskanie funduszy zewnętrznych.

„Harmonogram realizacji projektów promocji Miasta Ostrołęki na 2006 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 2006 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.	Kontynuacja promocji Ostrołęki poprzez członkostwo w Związku Miast Polskich	inwestorzy, turyści	Prezydent Miasta	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Składka członkowska ok. 10.000 zł płatne ze środków Wydz. Organizacji i Nadzoru	2006 r.
2.	Utrzymanie i rozbudowa strony internetowej Urzędu Miejskiego, w tym plan interaktywny z informatorem elektronicznym o Mieście oraz nowe panoramy interaktywne, a także udział w projekcie <a href="http://www.zobaczpolske.pl">www.zobaczpolske.pl</a>	użytkownicy internetu	Rzecznik Prasowy UM Wydział Organizacji i Informatyzacji Urzędu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	15.000	I półrocze 2006
3.	Udział w różnego rodzaju akcjach społecznych, kulturalnych i sportowych o charakterze regionalnym, krajowym i międzynarodowym oraz imprezach medialnych np. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.	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
4.	Zakup różnego typu publikacji o Ostrołęce, w tym albumu oraz realizacja innych projektów poligraficznych (karty okolicznościowe, plakaty, ulotki itp.), a także reklama w wydawnictwach specjalistycznych	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	30.000	2006 r.

5.	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	----	bieżąca praca
6.	Zakup upominków reklamowych, w tym z logo lub herbem Miasta oraz kurpiowskich wyrobów ludowych	osoby odwiedzające Ostrołękę, uczestnicy różnego typu imprez, w których bierze udział Urząd Miejski	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	-----	28.000 zł	2006 r.
7.	Kultura na rzecz promocji - Ostrołęckie Centrum Kultury oprócz cyklicznych imprez ogólnopolskich, promocji działalności własnej oraz amatorskiego ruchu artystycznego w br. będzie gościło zespół „Sirpakat” z Finlandii oraz wyda folder promocyjny o OCK z zaznaczeniem roli amatorskich zespołów artystycznych, które reprezentować będą nasze Miasto i region m.in. za granicą Polski.	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Ostrołęckie Centrum Kultury	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	2006 r.
8.	Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji będzie promował Ostrołękę głównie poprzez organizację imprez sportowych 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	---	2006 r.
9.	Muzeum Kultury Kurpiowskiej oprócz swych bieżących działań, z okazji 175-tej rocznicy bitwy pod Ostrołęką 1831 r. planuje wydanie monografii bitwy autorstwa dr N. Kasprzaka. Ponadto przygotowuje wystawę planszową pn. „Kultura kurpiowska Puszczy Białej i Zielonej”	turyści, mieszkańcy i inni partnerzy z kraju i zagranicy	Muzeum Kultury Kurpiowskiej w Ostrołęce	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	---	2006 r.
10.	Promocja miasta poprzez wspieranie znanych ostrołęckich sportowców oraz lokalnych artystów	uczestnicy imprez sportowych w kraju i za granicą	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	3.000	2006 r.

11.	Promocja Miasta poprzez realizację wspólnych przedsięwzięć z sąsiednimi gminami, starostwem powiatowym, lokalnymi organizacjami pozarządowymi oraz zainteresowanymi firmami, w tym reklama w nowym wydaniu informatora „Powiat Ostrołęcki”	inwestorzy, turyści	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	8.000	2006 r.
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, - internetowej ogólnopolskiej bazie ofert inwestycyjnych, - regionalnym Centrum Obsługi Inwestora oraz bazie PAIiZ SA, - w specjalnym wydaniu magazynu „Polish Business Magazine” – skierowanym do potencjalnych inwestorów na rynku europejskim i azjatyckim, - Katalogu Ofert Inwestycyjnych Polskich Miast i Gmin 2006.	inwestorzy krajowi i zagraniczni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Referat Gospodarki Nieruchomościami Miejska Pracownia Urbanistyczna Wydział Inwestycji i Dróg	7.000	2006 r.
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	Prezydent Ostrołęki Przedstawiciele lokalnego biznesu	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	---	bieżąca praca
3.	Stosowanie preferencyjnych stawek podatku od nieruchomości dla nowych inwestorów	inwestorzy krajowi i zagraniczni lokalni przedsiębiorcy	Wydział Finansów, Budżetu, Podatków i Opłat	----	---	2006 r.

4.	Udział wraz z ostrołęckimi organizacjami otoczenia biznesu i sąsiednimi samorządami w promocyjnej imprezie targowej w Łomży	inwestorzy krajowi i zagraniczni lokalni przedsiębiorcy	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	5.000	10-11.VI.2006 r.
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	---	bieżąca praca
2.	Rozszerzanie współpracy Urzędu z lokalnymi organizacjami tzw. otoczenia biznesu, pozarządowymi oraz młodzieżowymi	mieszkańcy Ostrołęki, lokalne organizacje massmedia	Rzecznik Prasowy UM Wydział Oświaty, Kultury, 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.: imprezy szkolne, konkursy organizowane dla mieszkańców, imprezy kulturalne organizowane m.in. przez OCK, akcja „sprzątanie świata” itd	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Wydział Oświaty, Kultury, 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> )	mieszkańcy Ostrołęki organizacje pozarządowe	Sekretarz Miasta Rzecznik Prasowy UM	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, Kultury, Sportu i Turystyki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta Rzecznik Prasowy UM	---	12-26 maja 2006 r.
<b>IV.</b>	<b>ROZWÓJ ISTNIEJĄCYCH W MIEŚCIE STRUKTUR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI ORAZ AKTYWIZACJA I INNOWACYJNOŚĆ SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ</b>					
1.	Wspieranie rozwoju systemu pożyczek dla nowopowstających podmiotów i gwarancji kredytowych dla lokalnego sektora MSP poprzez udział w Mazowieckim Funduszu Poręczeń Kredytowych i Łomżyńskim Funduszu Poręczeń Kredytowych	osoby zamierzające rozpocząć działalność gospodarczą	Rada Miejska w Ostrołęce Inne samorządy Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	organizacje pozarządowe, instytucje finansowe Powiatowy Urząd Pracy	----	bieżąca praca
2.	Udział w zorganizowaniu „Jarmarku Kurpiowskiego-Prezentacje Gospodarcze 2006” wspólnie z Ostrołęckim Forum Gospodarczym	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy, inwestorzy zewnętrzni	Ostrołęckie Forum Gospodarcze, Wydział Promocji i Rozwoju Miasta, OCK, MOSiR, Rzecznik Prasowy UM, sąsiednie samorządy	lokalne massmedia, Wydział Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki	15.000 zł	maj 2006 r.
3.	Opracowanie i realizacja Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości oraz utworzenie Punktu Obsługi Inwestora i Promocji Eksportu	Ostrołęckie małe i średnie przedsiębiorstwa	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Zespół Roboczy ds. opracowania Lokalnego Programu Rozwoju Przedsiębiorczości oraz konsultant	7.000	2006 r.

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 Promocji i Rozwoju Miasta	---	---	2006 r.
5.	Opracowywanie projektów z zakresu rozwoju przedsiębiorczości i wnioskowanie o dofinansowanie ich realizacji z funduszy strukturalnych UE	ostrołęckie przedsiębiorstwa, mieszkańcy, inwestorzy zewnętrzni	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	Agencja Rozwoju Regionalnego SA	22.000 zł	2006 r.
6.	Współpraca z Radą Gospodarczą powołaną przy Prezydencie Ostrołęki jako organ doradczy	ostrołęckie przedsiębiorstwa mieszkańcy	Prezydent Ostrołęki	Wydział Promocji i Rozwoju Miasta	---	2006 r.
V.	<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	---	2006 r.

podsumowanie 140.000 zł

**podróże służbowe i obsługa delegacji zagranicznych 5.000 zł**

**Razem 145.000 zł**



## **VI. NAJISTOTNIEJSZE PRZEDSIĘWZIĘCIA W ZAKRESIE POLITYKI ZAGRANICZNEJ DO REALIZACJI W ROKU 2006:**

- 1) Wizyta przedstawicieli miasta w Balassagyarmat w dniach 27-30 stycznia 2006 w uroczystościach Civitas Fortissimo oraz nadania miastu Balassagyarmat tytułu „Honorowego Obywatelstwa”. Prowadzono rozmowy na temat współpracy, przedstawiono i przekazano oferty współpracy pomiędzy jednostkami kulturalnymi i oświatowymi tj. szkołami na szczeblu szkół ponadgimnazjalnym.
- 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) 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 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.
- 4) Zaproszenie przedstawicieli z miast partnerskich Meppen /Niemcy/, Alytus /Litwa/, Mosty /Białoruś/, Balassagyarmat /Węgry/, Pryluky /Ukraina/ jak również przedstawicieli chińskiej prowincji Guizhou oraz z miasta Dej w Rumunii na „Dni Ostrołęki” w maju 2006r. Udział partnerów zagranicznych ma na celu podtrzymywanie i rozwijanie kontaktów partnerskich w zakresie współpracy gospodarczej, wymianę informacji, doświadczeń lokalnych i zagranicznych przedsiębiorców. Udział delegacji zagranicznych podkreśli międzynarodowy charakter corocznych obchodów święta naszego miasta.
- 5) 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.
- 6) Dalsza realizacja przez Zespół Szkół nr 5 im. Unii Europejskiej w Ostrołęce projektu Programu Sokrates Comenius - projekty szkolne. Czynności przewidziane na pierwszy rok projektowy, do zrealizowania od lutego 2006r.: tworzenie filmu prezentującego fragment twórczości jednego z najbardziej popularnych pisarzy krajowych, wykorzystanie platformy internetowej w celu prezentacji rezultatów z wykonanych projektów, wymiana pomysłów i doświadczeń, dzielenie się wiedzą i doświadczeniami na forum platformy internetowej, partnerzy z Finlandii będą promować i koordynować pracę nad wirtualnym magazynem dla młodzieży, utworzenie mini słowniczka w rodzimym języku zawierającego terminy sportowe dotyczące dwóch gier zespołowych – piłki nożnej i piłki ręcznej. Zostanie stworzona broszura zawierająca teorię i podstawowe zasady gry w piłkę ręczną i nożną, udział młodzieży w międzynarodowym turnieju sportowym podczas wizyty w Rumunii.
- 7) W planach pracy Zespołu Szkół Nr 2 w Ostrołęce na rok 2005/2006 jest poszukiwanie partnera do kolejnej edycji programu Leonardo da Vinci, dla uczniów technikum fryzjerskiego i informatycznego.
- 8) I Liceum Ogólnokształcącego w Ostrołęce planuje w roku szkolnym 2005/2006 w miesiącu lutym pobyt wolontariuszy w ramach programu współpracy ze szkołami realizowanego przez warszawski oddział AIESEC. W trakcie tygodniowego pobytu w naszej szkole wolontariusze poprowadzą szereg lekcji poświęconych krajom, z których

pochodzą. W miesiącach kwiecień-maj 2006 planowana jest wizyta dwójki wolontariuszy koordynowana przez wrocławską filię AIESEC, nawiązanie kontaktu z jedną ze szkół średnich na Węgrzech (w ramach wymiany uczniów i nauczycieli), przyjazd wolontariuszy z Uniwersytetu we Frankfurcie; kontynuacja projektu „Pomagaj innym zwiedzając świat” (maj-czerwiec rok bieżący, oraz rok szkolny 2006/07) wyjazd do uczniów Niemiec w celu udziału w projekcie organizacji pozarządowej Internationaler Bauorden (maj-czerwiec 2006).

- 9) Udział wicedyrektora Zespołu Szkół Zawodowych Nr 1 w wizycie studyjnej Nr 05001,33 „Kształcenie zawodowe w Alzacji” - Strassburg (Francja) – 15.05-19.05.06r.

### **Kierunki polityki zagranicznej miasta**

Ponadto 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,
- wspieranie udziału lokalnych przedsiębiorców w zagranicznych misjach gospodarczych oraz międzynarodowych targach branżowych poprzez propagowanie informacji ww. zakresie,
- utrzymywanie i rozwój kontaktów z krajami Unii Europejskiej. Nawiązanie współpracy /miasta bliźniacze/ i wymiana doświadczeń z regionami takich krajów jak np. Niemcy itp. w celu efektywnego wykorzystania środków z funduszy strukturalnych,
- kontynuowanie i dalszy rozwój współpracy z krajami Europy Środkowej i Wschodniej np. Ukraina;
- 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 przyciągania kapitału zagranicznego i rozwoju turystyki z uwzględnieniem całego obszaru Powiatu Ostrołęckiego;
- współpraca ze środowiskami polonijnymi;
- pobudzenie aktywności gospodarczej miasta – nawiązywanie współpracy między firmami, pośrednictwo w ustalaniu wiarygodności potencjalnej firmy poprzez kontakt z miastem partnerskim.

Osobą odpowiedzialną za przedstawienie przedmiotowej informacji w toku prac legislacyjnych oraz na sesji Rady Miejskiej jest Pani Marianna Zaborowska – Dyrektor Wydziału Promocji i Rozwoju Miasta.