

Uchwała Nr 120/XV/03 Rady Miejskiej w Nowej Rudzie z dnia 30 grudnia 2003r.

w sprawie Planu Promocji Miasta Nowa Ruda na 2004r.

Na podstawie art. 7 ust.1 pkt. 18 w związku z art. 18 ust.2 pkt. 15 ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (tekst jednolity z 2001r. Dz. U. Nr 142, poz. 1591, z 2002r. Dz. U. Nr 23, poz. 220, Nr 62, poz. 558, Nr 113, poz. 984, Nr 214, poz. 1806, z 2003r. Nr 162, poz. 1568), Rada Miejska w Nowej Rudzie uchwała:

§ 1

Przyjąć Plan Promocji Miasta Nowa Ruda na 2004r., stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta Nowa Ruda.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Uzasadnienie
do Uchwały Nr 120/XV/03
Rady Miejskiej w Nowej Rudzie
z dnia 30 grudnia 2003r.

w sprawie Planu Promocji Miasta Nowa Ruda na 2004r.

Ustawa o samorządzie gminnym do zadań własnych gminy zalicza sprawy z zakresu promocji. Promocja jest współcześnie bardzo istotnym elementem aktywności gminy. Jednak, aby była ona efektywna musi być procesem świadomym, konsekwentnie prowadzonym i planowym, skorelowanym z innymi przyjętymi dokumentami typu strategia rozwoju. Nadto musi jasno i czytelnie określać cele, środki i sposoby realizacji, osoby odpowiedzialne za realizację oraz stronę kosztową.

W Gminie Miejskiej Nowa Ruda dotychczas działania promocyjne były realizowane bez uprzedniego planu. Mając jednak na względzie założenia *Planu strategicznego rozwoju zespołu trzech gmin* (Nowa Ruda – gmina miejska i wiejska, gmina Radków) oraz znaczenie promocji miasta w maksymalnie dużym zakresie konieczne jest zidentyfikowanie celów, jakie w 2004r. chcemy za pośrednictwem działań promocyjnych uzyskać i usystematyzować działania w tym względzie tak, by te cele zrealizować.

Mają na względzie powyższe zasadnym jest przyjęcie Planu Promocji Miasta Nowa Ruda na 2004r.

Załącznik do Uchwały Nr 120/XV/03
Rady Miejskiej w Nowej Rudzie
z dnia 30 grudnia 2003r.

PLAN PROMOCJI MIASTA NOWA RUDA NA 2004 ROK



WYDZIAŁ PROMOCJI I ROZWOJU MIASTA

Nowa Ruda, grudzień 2003 roku

SPIS TREŚCI:

1. WSTĘP	3
2. UZASADNIENIE – KRÓTKA DIAGNOZA STANU ISTNIEJĄCEGO	3
3. CEL	4
4. ZAGROŻENIA	4
5. DZIAŁANIA	5
6. EFEKTY	5
7. CELE I DZIAŁANIA SZCZEGÓŁOWE	6
7.1CEL 1 – ZBUDOWANIE SYSTEMU POZYSKIWANIA INFORMACJI	6
7.2CEL 2 – UŁATWIENIE DOSTĘPU DO ADMINISTRACJI	8
7.3CEL 3 – UJEDNOLICENIE SYSTEMU PROMOCJI NA ZEWNĄTRZ	10
8. MONITORING	14
9. PLAN DZIAŁAŃ NA 2004 ROK	14
10. PLAN FINANSOWANIA	23

1. WSTĘP

Przystąpienie do opracowania planu promocji miasta Nowa Ruda na 2004 rok jest wynikiem świadomej polityki władz gminy, zmierzającym do realizacji celów określonych w „*Planie strategicznym rozwoju zespołu 3 gmin (Nowa Ruda – gmina miejska i wiejska, gmina Radków)*”.

Każdy program, czy też plan, musi zmierzać do konkretnego celu, a także powinien mieć zrozumiałe i czytelnie określone zadania – działania, jakie należy wykonać, aby można było osiągnąć zamierzone efekty, a przez to zrealizować uprzednio założony cel.

2. UZASADNIENIE – KRÓTKA DIAGNOZA STANU ISTNIEJĄCEGO

Obserwacja działań promocyjnych wskazuje, iż dotychczasowe poczynania miały charakter spontaniczny i przypadkowy, można by uznać – incydentalny. Praktyka wskazuje, iż zarówno podmiot, do którego skierowane były działania promocyjne, jak i przedmiot promocji (materiał promocyjny) określany był w zależności do zaistniałej potrzeby – jednorazowego, często niepowtarzalnego zdarzenia. W związku z tym zasięg dystrybucji był ograniczony, sprowadzający się do samego terenu gminy, zapraszanych gości oraz zgłaszających się z własnej inicjatywy innych podmiotów. Nie stosowano zatem metody planowania pozwalającej nie tylko na wskazanie tego kto wykonuje daną czynność, ale także określenie przedmiotu czynności i czasu jej wykonania. Takie podejście do tematu pozwala jasno określić odpowiedzialność, poprzez uprzednie ustalenie kto, co, kiedy i za ile zrobi.

Metoda ta pozwala na większy stopień ogólności, określa czasową perspektywę realizacji zadania i pozostawia pewien margines abstrakcji przy definiowaniu celów.

Przedsięwzięcia promocyjne w większości gmin mają w znacznej mierze charakter ograniczający się głównie do:

- reklamy;
- reklamy wydawniczej;
- ogólnej informacji ofertowej.

Często występuje brak skoordynowania działalności promocyjnej poszczególnych jednostek organizacyjnych gminy.

3. CEL

Opracowanie, przyjęcie i konsekwentna realizacja planu promocji gminy umożliwi realizację celu, jakim jest przygotowanie i uruchomienie działań wzajemnie się uzupełniających, które w efekcie końcowym będą zmierzały do pozyskania potencjalnych inwestorów, użytkowników zasobów gminy, turystów, mieszkańców gminy - regionu - kraju.

Elementami planowania są:

- plany jednorazowe (wymagające preliminarza);
- plany powtarzalne (wymagające procedur i zasad oceny).

Promocja gminy, jako działalność świadoma i celowa, nie może ograniczać się tylko do dotychczas podejmowanych kroków. Powinno się poszukiwać nowych rozwiązań, których efektem będzie:

- przygotowanie specjalnych ofert dla potencjalnych klientów – promocja tematyczna;
- współpraca z przedstawicielami różnych ośrodków i gmin z Polski i z zagranicy;

- wykształcenie profesjonalnie przygotowanej kadry – szkolenia, udział w wyspecjalizowanych targach, konferencjach.

W przypadku promocji chodzi przede wszystkim o wymianę informacji między administracją samorządową a klientem – mieszkańcem, inwestorem, turystą - oraz stworzenie klimatu sprzyjającego wymianie informacji.

Głównym zatem celem jest:

Budowa wydajnego systemu pozyskiwania i przekazywania informacji, który wspiera lokalną gospodarkę, kulturę, społeczeństwo, przez co przyczynia się do większej integracji społecznej.

Należy zatem w pierwszym roku przygotować bazę i materiały wyjściowe, które będą zaczątkiem do przygotowania profesjonalnej promocji w następnych latach.

4. ZAGROŻENIA:

- Duża konkurencja – z gminą konkuruje wiele innych i podobnych gmin w kraju;
- Warunki rozwoju i funkcjonowania mogą być nieporównywalnie korzystniejsze w innych gminach;
- Rozproszenie i przypadkowość działań promocyjnych;
- Ograniczone zasoby informacji;
- Brak środków finansowych na realizację planu.

5. DZIAŁANIA

- Informowanie o bieżących ważnych dla gminy wydarzeniach, osiągnięciach i planach na przyszłość;
- Współpraca z przedstawicielami mediów w celu dostarczania im aktualnej i rzetelnej informacji o życiu gminy;
- Przygotowanie – inicjowanie, planowanie, koordynowanie i promowanie – imprez okolicznościowych zgodnie z rocznym planem pracy; stworzenie kalendarza imprez kulturalnych, sportowych lub innych promujących gminę;
- Współpraca z lokalnymi placówkami kulturalnymi, stowarzyszeniami, nieformalnymi związkami mieszkańców w zakresie informacji i promocji gminy;
- Inicjowanie i podtrzymywanie ważnych i korzystnych dla gminy kontaktów z różnymi podmiotami (gminy partnerskie, podmioty zagraniczne i krajowe, organizacje samorządowe);
- Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych.

6. EFEKTY

- Często ukazujące się w mediach informacje na temat gminy, tworzące dobry medialnie jej wizerunek;
- Opracowanie, wydanie materiałów promocyjnych i ujednoczenie działalności promocyjnej miasta;
- Bieżący dostęp mieszkańców do informacji o życiu społecznym, kulturalnym i gospodarczym w gminie;
- Poprawa komunikacji społecznej pomiędzy instytucjami samorządowymi a mieszkańcami gminy;
- Stworzenie powszechnie funkcjonującego wizerunku gminy;
- Sygnalizowanie swojego istnienia i przyjazny stosunek wobec przybyszów;

- Pielęgnowanie i upublicznianie indywidualnego wizerunku gminy;
- Pobudzanie aktywności mieszkańców i przedsiębiorców - mobilizacja aktywności gospodarczej;
- Zlikwidowanie barier w obsłudze administracyjnej klientów.

7. CELE I DZIAŁANIA SZCZEGÓŁOWE

7.1 CEL 1: ZBUDOWANIE SYSTEMU POZYSKIWANIA INFORMACJI

Osiągnięcie zamierzonego celu wymaga pozyskania informacji, które ułatwią wdrożenie planu a także sprawią, iż łatwo będzie reagować na ujawniające się podczas jego realizacji braki. Aby to osiągnąć należy:

1) Stworzyć system przekazywania informacji na temat swojej działalności przez komórki organizacyjne urzędu oraz inne jednostki samorządowe.

Należy zobowiązać komórki organizacyjne urzędu oraz inne jednostki samorządowe do opracowywania i przekazywania cotygodniowych notatek na temat prac zrealizowanych w ciągu minionego tygodnia.

Notatki te w pierwszej kolejności sporządzać będą następujące podmioty:

- Zakład Gospodarki Komunalnej i Mieszkaniowej;
- Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej;
- Szkoły Podstawowe nr 1, 2, 3 i 7;
- Gimnazja nr 1 i 2;
- Miejski Zespół Szkół nr 1;
- Przedszkola miejskie nr 1 i 2;
- Miejska Biblioteka Publiczna;
- Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej;
- Miejski Ośrodek Kultury;
- Gminne Centrum Informacji;
- Biuro Obsługi Klienta;

oraz n/w komórki organizacyjne Urzędu Miejskiego:

- Straż Miejska;
- Zespół Radców Prawnych;
- Zespół ds. Obrony Cywilnej i Ochrony Ludności;
- Pełnomocnik ds. Ochrony Informacji;
- Wydział Finansów Gminnych;
- Urząd Stanu Cywilnego;
- Biuro Obsługi Samorządu;
- Wydział Organizacyjny i Kadr;
- Wydział Spraw Obywatelskich;

- Wydział Infrastruktury Społecznej;
- Wydział Promocji i Rozwoju Miasta;
- Wydział Infrastruktury i Inwestycji;
- Wydział Mienia Komunalnego.

Celem tego działania jest pozyskanie informacji o pracach jednostki a następnie ich wykorzystanie do:

- Przygotowania materiałów do Informatora Samorządowego „Info Nowa Ruda”;
- Przygotowania materiałów dla prasy;
- Przygotowania materiałów do internetu;

- Przygotowywanie materiałów dla Burmistrza oraz Przewodniczącego Rady;
- Bieżącej pracy urzędu.

Zadaniem pracownika zatrudnionego na samodzielnym stanowisku ds. Polityki Informacyjnej będzie zbieranie informacji i ich opracowywanie. Należy wyznaczyć także po jednej osobie z każdej komórki organizacyjnej urzędu oraz innej jednostki samorządowej do przygotowywania materiałów. Inne podmioty mogą korzystać z/w wskazanego systemu dobrowolnie poprzez przekazanie informacji na adresy: miasto@um.nowaruda.pl lub info@um.nowaruda.pl.

Przygotowany materiał należy dostarczyć w wersji elektronicznej na adres wskazany wyżej lub do WPiRM.

2)Pozyskiwać informacje od mieszkańców.

Zadanie to można realizować poprzez badanie opinii mieszkańców. W tym celu można skorzystać z wynikającego z ustawy o samorządzie gminnym obowiązku radnego, dotyczącego utrzymywania stałej więzi z mieszkańcami oraz ich organizacjami i przyjmowania zgłaszanych przez mieszkańców postulatów, celem przedstawienia organom gminy, ale także innych instrumentów:

- Ankiety;
- Sondáže internetowe;
- Konsultacje społeczne.

3)Gromadzić informacje o gminie ukazujące się w mediach.

Z danych w ten sposób zebranych można sporządzać wyciągi „co o nas piszą”, które powinny być przekazywane Burmistrzowi oraz Przewodniczącemu Rady. Takie rozwiązanie usprawni współpracę z mediami.

4)Zintensyfikować współpracę władz gminy z organizacjami pozarządowymi.

Należy w sposób praktyczny rozpocząć współpracę z organizacjami pozarządowymi: poza dokonaniem inwentaryzacji tej grupy podmiotów działających na lokalnym rynku, powinno wypracować się metody wzajemnej wymiany informacji o planach, bieżącej działalności, wspólnej realizacji projektów, programów.

7.2 CEL 2: UŁATWIENIE DOSTĘPU DO ADMINISTRACJI

Zasadnicze znaczenie w realizacji tego celu ma stworzenie urzędu tzw. przyjaznego dla mieszkańca. Aby to zrealizować niezbędne jest między innymi:

- usprawnienie systemu informacji o pracy Burmistrza i Rady Miejskiej;
- usprawnienie procesu obsługi klienta w Urzędzie;
- poprawa efektywności wykorzystania czasu pracy urzędników;
- zwiększenie dostępności do informacji związanych z funkcjonowaniem Urzędu, w tym przygotowanie czytelnego i wyczerpującego katalogu spraw/usług w nim załatwianych/realizowanych/wykonywanych;

- zwiększenie dostępności do informacji o mieście i działających w nim podmiotach.

1) Tablice informacyjne Urzędu Miejskiego

Tablice informacyjne powinny znajdować na każdym z pięter Urzędu Miejskiego w widocznym miejscu. Należy umieścić tablice dostarczające dwóch rodzajów informacji:

- pierwsze – kierunkowe – określające położenie wydziału na danym piętrze i tym samym ułatwiające dotarcie do konkretnego miejsca;
- drugie – informacyjne – dostarczające informacji o pracy wydziałów urzędu (w tym tablice przed budynkiem Ratusza).

2) Gminne Centrum Informacji (GCI)

Zadaniem GCI jest ułatwienie osobom bezrobotnym z terenu miasta i gminy Nowa Ruda dostępu do nowoczesnych technologii, wszechstronnej wiedzy i informacji z zakresu rynku pracy, szkoleń oraz podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej. Wzrost świadomości społeczeństwa noworudzkiego co do zagadnień rynku pracy

oraz warunków prowadzenia działalności gospodarczej jest jednym z głównych celów projektu.

Powyższe założenia realizowane są/będą poprzez:

- utworzenie placówki, która w sposób aktywny będzie przeciwdziałała bezrobociu;
- wyspecjalizowanie GCI w kierunku prowadzenia szerokiej działalności informacyjnej (informacja dla absolwentów, bezrobotnych, osób rozpoczynających działalność gospodarczą, informacja INKUBATOR, informacja Lokalny Fundusz Pożyczkowy, informacja Punktu Szansy MŚP, informacja promocyjna i turystyczna);
- stworzenie programu bezpłatnych szkoleń i doradztwa dla osób bezrobotnych, bądź rozpoczynających działalność gospodarczą;
- stworzenie centrum telepracy;
- utworzenie banku danych o wolnych miejscach pracy;
- organizowanie targów pracy, innych przydatnych baz danych.

3) Biuro Obsługi Klienta

Biuro Obsługi Klienta (BOK) również powinno znajdować się na parterze budynku, zaraz przy wejściu do Urzędu. BOK powinno mieć kilka stanowisk informacyjnych (stanowisko kancelaryjne, przyjmowanie i wydawanie korespondencji, dokumentów itp., oraz stanowiska kasjerskie). Stanowiska informacyjne mogą być dzielone tematycznie, ale lepiej jest, gdy są to stanowiska uniwersalne tzn. takie, w których dowiemy się, jak i gdzie załatwić wszelkie sprawy w urzędzie. Każde stanowisko powinno być wyposażone w zestaw niezbędnych druków, formularzy do wypełnienia w taki sposób, żeby informator wręczył klientowi odpowiedni druk i od razu poinformował go, jak ma go wypełnić, gdzie złożyć, ile zapłacić, kiedy uzyskać odpowiedź, czy odbierze interesujący go dokument. Spełnienie tego zadania wymaga, aby sala obsługi klientów miała kilka wygodnych miejsc siedzących i stolików do wypełniania druków. Stanowisko

każdego informatora powinno być wyposażone w telefon, w komputer z możliwie pełnymi danymi do sprawnego załatwienia spraw klientów.

7.3 CEL 3: UJEDNOLICENIE SYSTEMU PROMOCJI NA ZEWNĄTRZ

Jednym z podstawowych celów działalności promocyjnej jest stworzenie konkurencyjnej względem okolicznych gmin oferty. Potencjalnemu klientowi należy dostarczyć kompleksową ofertę o wysokiej jakości, dzięki której przygotowany będzie on do pobytu lub inwestowania w gminie.

Realizacja planu ma doprowadzić do wypromowania marki – symbolu miasta, czyli spowodowania jego rozpoznawalności.

1)Symbol

Wykreowanie symbolu miasta – LOGO – jako znaku miasta Nowa Ruda a także hasła promocyjnego.

LOGO i hasło promocyjne są używane:

- do promocji miasta podczas wszystkich oficjalnych spotkań, konferencji, seminariów itp.;
- w materiałach wydawanych przez miasto.

2)Współpraca z miastami partnerskimi

Głównym zadaniem jest zintensyfikowanie współpracy z gminami partnerskimi, odejście od biernego modelu współpracy – „od wizyty do wizyty” – na bardziej czynną polegającą na stałej wymianie informacji pomiędzy organizacjami samorządowymi, a także na:

- Wymianie młodzieży pomiędzy gminami partnerskimi
Należy dążyć do zintensyfikowania kontaktów pomiędzy gminami partnerskimi w zakresie wymian młodzieży szkolnej uczącej się języków: polskiego i niemieckiego (dla umocnienia kontaktów z Castrop-Rauxel) oraz polskiego i francuskiego (dla współpracy z Wallers-Arenberg). Pomocne przy organizowaniu tego typu wymian z gminą francuską może być doświadczenie germanistów z noworudzkich szkół, którzy od kilku lat biorą czynny udział w organizowaniu takich przedsięwzięć. Popieranie spotkań i wymian młodych ludzi zaowocuje z pewnością nie tylko rezultatami w osiąganiu wyższych kompetencji językowych, lecz da im również możliwość nabycia umiejętności „odnalezienia się” w zintegrowanej Europie. Nawiązanie przyjaźni i dzielenie wspólnych zainteresowań mogą prowadzić w przyszłości do podjęcia działań przy organizowaniu wymian sportowych. Biorąc pod uwagę, że zarówno w Castrop-Rauxel, jak i w Wallers-Arenberg mieszka duża grupa osób polskiego pochodzenia, wymiany między miastami partnerskimi nie muszą obejmować jedynie młodzieży szkolnej, lecz również osoby starsze, które chciałyby poznać ojczyznę swoich przodków.
- Wizytach studyjnych i promocyjnych w gminach partnerskich
Głównym celem jest utrzymywanie nie tylko stałych kontaktów między władzami miast partnerskich, lecz również dotarcie do możliwie jak najszerszego grona odbiorców złożonego z lokalnych przedsiębiorców oraz mieszkańców poszczególnych miast. Ważne jest, aby podjąć starania tworzenia pozytywnego wizerunku Nowej Rudy u naszych zagranicznych partnerów. Rozpoczynając kolportaż folderów inwestycyjnych i materiałów

multimedialnych, dysponując dokładnie opracowaną strategią rozwoju miasta, można będzie zaplanować udział w prestiżowych targach wystawienniczych.

Ponadto, powinniśmy nauczyć się umiejętnie korzystać z doświadczeń naszych partnerów. Ważne jest obserwowanie, jak poradzili oni sobie z problemami gospodarczymi, jakie zmiany strukturalne zastosowali dla polepszenia sytuacji w ich gminach. Poprzez wizyty studyjne przedstawicieli władz, organizacji pozarządowych oraz liderów społeczności lokalnych możliwe będzie przedyskutowanie zagadnień szczebla lokalnego, a może nawet znalezienie rozwiązań problemów, z którymi boryka się nasze społeczeństwo.

➤ Organizacji imprez kulturalno-promocyjnych

Ze względu na odległości dzielące miasta partnerskie, należy uznać ważność działań związanych z kulturą poszczególnych państw i regionów, oraz akcje promocyjne, połączone z prezentacją opracowanych materiałów służących kreowaniu wizerunków współpracujących ze sobą miast.

Działania podejmowane przez gminę Nowa Ruda powinny dowodzić otwartości władz miasta i jego mieszkańców na kulturę zagraniczną. Jednakże, niezwykle ważne jest, aby umiejętnie połączyć organizację imprez na szczeblu lokalnym („Dni Nowej Rudy” oraz przedsięwzięcia realizowane przez MOK) oraz międzynarodowym w procesie integracji europejskiej z podejmowaniem przedsięwzięć związanych z promocją produktu turystycznego i kulturowego naszej gminy. Aby uzyskać wymierne efekty, do akcji należy włączyć współpracę z samorządami, placówkami oświatowymi, instytucjami oraz stowarzyszeniami. Ich oferta wzbogaci z pewnością system promocji walorów kulturowych i turystycznych Nowej Rudy.

➤ Informowaniu o możliwościach inwestowania i rozwoju oraz o życiu społecznym, kulturalnym i gospodarczym gmin

Dla promowania terenów gminy przeznaczonych pod inwestycje zagraniczne niezwykle ważne jest przygotowanie precyzyjnej i możliwie atrakcyjnej oferty oraz znalezienie skutecznych sposobów jej rozpowszechniania. Należy podjąć działania, które miałyby na celu nawiązanie kontaktów z potencjalnymi inwestorami. W przypadku zainteresowania podmiotów zagranicznych podjęciem inwestycji na terenie Nowej Rudy, gmina musi posiadać przygotowaną ofertę, w której zostaną przedstawione zarówno tereny pod inwestycje, którymi dysponujemy oraz tereny Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Otwarcie na współpracę z zagranicznymi partnerami powinno również znaleźć odzwierciedlenie w wymianie lokalnej prasy, w której znalazłyby się informacje o ważnych wydarzeniach społecznych, kulturalnych i gospodarczych z życia Nowej Rudy i jej miast partnerskich.

➤ Wymianie doświadczeń w zakresie gospodarki komunalnej, infrastruktury społecznej itp.

Należy dążyć do wymiany informacji pomiędzy miastami partnerskimi w zakresie zagadnień niezwykle istotnych dla ich mieszkańców. Na pierwszy plan wysuwa się wymiana doświadczeń w zakresie funkcjonowania administracji lokalnej i przedsiębiorstw komunalnych: problem odpadów i ich utylizacji, brak monitoringu wpływu składowiska na

stan wód gruntowych oraz niedostateczne działania w zakresie prac rekultywacyjnych, programowanie i organizacja ciepłownictwa w mieście, usługi komunikacji zbiorowej.

Jednakże wskazane są również konsultacje dotyczące: zarządzania gminą, kultury, oświaty, nauki, profilaktyki uzależnień, pomocy społecznej oraz rozwoju lokalnego (programy zwalczania bezrobocia, współpraca w ramach specjalnych stref ekonomicznych i współpraca przygraniczna, rozwój przedsiębiorczości, społeczności lokalnych, organizacji pozarządowych, turystyki, itd.).

3)Rozpowszechnienie podstawowych danych o gminie

Powyższe zadania można realizować poprzez:

- Upowszechnianie informacji o gminie wśród odwiedzających miasto (turystów, oficjalnych gości, potencjalnych inwestorów) a także mieszkańców gminy czy też osób korzystających, na co dzień z gminnych zasobów:

A. plany, informatory, tablice i inne znaki informacyjne;

B. rozpowszechnianie informacji o gminie w bazach danych, wykazach, katalogach;

C. informowanie o możliwościach inwestowania i rozwoju - oferta inwestycyjna, informacje na stronach WWW;

- Uczestnictwo w targach i konferencjach samorządowych;
- Uczestnictwo w organizacjach samorządowych;
- Przygotowanie bazy danych o obiektach (informacje o stanie prawnym, infrastrukturze technicznej) przedsiębiorstwach zainteresowanych kooperacją itp. wspólnie z Agencją Rozwoju Regionalnego „AGROREG” S.A.;
- Informacje o prowadzonej polityce rozwoju i ulgach, przywilejach i preferencjach - zawarte w ofercie inwestycyjnej;
- Opracowanie kalendarza imprez kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych łączących w spójną całość program pobytu w gminie gości;
- Organizacja wydarzeń o charakterze promocyjno-kulturalnym na terenie gminy.

8. MONITORING

Wskaźniki:

- Pozytywny wizerunek gminy na zewnątrz w materiałach publikowanych w lokalnych mediach;
- Pozytywny odbiór działań przez mieszkańców gminy;
- Dobrze sformułowane informacje przekazywane mieszkańcom;
- Szybkie przekazywanie ważnych informacji dla mediów.

Monitorowanie jest przedsięwzięciem istotnym zarówno z punktu widzenia władz lokalnych, jak i mieszkańców. Jest to instrument, który umiejętnie wykorzystany, może wprowadzić istotne zmiany jakościowe w sposobie świadczenia usług publicznych (w tym również usprawnić proces komunikacji społecznej). Umiejętność monitorowania własnej pracy jest niezwykle istotna dla jej końcowych efektów. Jednorazowa diagnoza problemu, identyfikacja pożądanego kierunku działania czy stworzenia planu realizacji nie wystarcza. Dla efektywnego funkcjonowania potrzebny jest stały dopływ informacji na temat skutków prowadzonych działań. Z tego powodu proponuje się, aby przy wdrażaniu planu ustalić, że:

- Osoba odpowiedzialna regularnie (co miesiąc) będzie informować Burmistrza, w formie notatki służbowej, o przebiegu wdrażania planu działania.
- Osoba odpowiedzialna będzie sporządzać dla Burmistrza (w cyklu kwartalnym) raport o wynikach działań.
- Osoba odpowiedzialna będzie co kwartał dokonywać oceny efektów wdrażanych rozwiązań w oparciu o opinie mieszkańców i pracowników urzędu (m.in. w oparciu o prowadzone sondaże). Wyniki tej oceny (w formie syntetycznego raportu) powinny być przekazane Burmistrzowi.

9. PLAN DZIAŁAŃ NA 2004 ROK

REALIZACJA CELU 1

GROMADZENIE INFORMACJI UKAZUJĄCYCH SIĘ W MEDIACH I OPRACOWYWANIE WYCIĄGU „CO O NAS PISZA”

Cel: systematyczne monitorowanie informacji na temat gminy pojawiających się w mediach

Realizacja:

- Dokonanie przeglądu gazet lokalnych i regionalnych prenumerowanych przez Urząd Miasta;
- Sporządzanie wyciągów prasowych dla Burmistrza oraz Przewodniczącego Rady.

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: Samodzielne stanowisko ds. polityki informacyjnej

STAŁY KONTAKT Z MEDIAMI

Cel: usprawnienie współpracy z mediami

- Systematyczne informowanie mieszkańców gminy o działaniach podejmowanych na terenie miasta;
- Informowanie mediów o przedsięwzięciach prowadzonych i planowanych przez gminę.

Realizacja:

- Regularne przygotowywanie i przekazywanie mediom informacji lokalnych w formie notatek prasowych o przedsięwzięciach prowadzonych i planowanych przez gminę;
- Regularne przygotowywanie oraz przekazywanie mediom lokalnym i regionalnym informacji o imprezach organizowanych przez gminę;
- Wprowadzenie zasady patronatu medialnego najważniejszych imprez organizowanych przez miasto;
- Przekazywanie mediom informacji o stronach WWW zawierających informacje o gminie.

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: Samodzielne stanowisko ds. polityki informacyjnej

UCHWAŁA O WSPÓŁPRACY MIASTA NOWA RUDA Z ORGANIZACJAMI POZARZĄDOWYMI

Cel: określenie zasad współpracy z organizacjami pozarządowymi; dostosowanie obowiązujących gminnych regulacji prawnych do unormowań ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 roku o działalności pożytku publicznego i wolontariacie (Dz.U. nr 96, poz.873)

Realizacja:

- Stworzenie bazy danych o organizacjach pozarządowych działających na obszarze gminy;
- Analiza dokumentów prawnych tych podmiotów (np. umowy; statuty, regulaminy itp.);
- Określenie zasad współpracy z organizacjami pozarządowymi – przygotowanie projektu uchwały oraz przygotowanie rocznego programu współpracy z organizacjami pozarządowymi;
- Realizacja zapisów uchwały.

Termin: do końca lutego 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

REALIZACJA CELU 2

BIURO OBSŁUGI KLIENTA

Cel:

Realizacja: Szczegóły w „Koncepcji Biura Obsługi Klienta „BOK” Urzędu

Termin: Miejskiego w Nowej Rudzie

Odpowiedzialny:

GMINNE CENTRUM INFORMACJI

Cel: Szczegóły we „Wniosku o przyznanie grantu MPiPS na dofinanso-

Realizacja: wanie projektu na tworzenie Gminnego Centrum Informacji w ra-

Termin: mach Programu Aktywizacji Zawodowej Absolwentów

Odpowiedzialny: PIERWSZA PRACA.

TABLICE INFORMACYJNE URZĘDU

Cel: ułatwienie dostępu do administracji

Realizacja:

- Zlecenie lub zakup tablic;

- Umieszczenie tablic w budynku Rynek 11 w takich miejscach, aby każdy z wydziałów mógł umieszczać na nich informację o swojej pracy;
- Systematyczna weryfikacja umieszczanych na tablicach informacji przez wyznaczonego pracownika wydziału.

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: każdy z wydziałów Urzędu Miejskiego

REALIZACJA CELU 3

LOGO – HERB GMINY

Cel: utrwalenie wśród odbiorców symbolu gminy

Realizacja: wykorzystanie herbu we wszystkich materiałach promocyjnych gminy

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: Naczelnik WPIRM

HASŁO

Cel: opracowanie ujednoliconego hasła promocyjnego gminy; utrwalenie wśród odbiorców hasła gminy

Realizacja:

- 1) Konkurs ogłoszony w gazetach i innych wydawnictwach lokalnych;
- 2) Umieszczanie hasła we wszystkich materiałach promujących miasto.

Termin: (1) do końca stycznia 2004 roku; (2) na bieżąco

Odpowiedzialny: Naczelnik WPIRM

MATERIAŁY „FIRMOWE”

Cel: ujednolicenie wzorów materiałów firmowych Urzędu Miejskiego w Nowej Rudzie oraz jednostek budżetowych i zakładów budżetowych gminy

Realizacja:

- Stworzenie wzorca materiałów firmowych;
- Przekazanie wzorca do jednostek budżetowych i zakładów budżetowych oraz zobowiązanie ich do jego stosowania;
- Druk jednolitych materiałów - papier firmowy, teczki A4, koperty, wizytówki.

Termin: do końca stycznia 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik Wydziału Organizacyjnego i Kadr

FOLDER INWESTYCYJNY

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o gminie i jej ofercie inwestycyjnej

Realizacja: dodruk folderów opracowanych w 2003 roku (wersja językowa: polska, angielska i niemiecka)

Termin: do końca marca 2004 roku, w przypadku wyczerpania nakładu - na bieżąco

Odpowiedzialny: Naczelnik WPIRM

PRZEWODNIK TURYSTYCZNY

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o gminie, jej dziejach, atrakcjach turystycznych

Realizacja: zlecenie napisania tekstu a następnie opracowanie projektu przewodnika

Termin: (1) do końca stycznia 2004 roku; (2) do końca sierpnia 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

CD O MIEŚCIE

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o gminie i jej ofercie inwestycyjnej oraz turystycznej

Realizacja: dystrybucja CD z 2003 roku oraz jego bieżąca aktualizacja

Termin: od stycznia 2004 r.

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

PLAN MIASTA

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o gminie

Realizacja: wydruk map opracowanych w 2003 roku

Termin: do końca stycznia 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

FOLDER „co, gdzie, kiedy”

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o gminie (adresy, godziny otwarcia instytucji publicznych, rozkład jazdy: PKS, PKP, BUS itp.)

Realizacja:

- Opracowanie i wydruk folderu w formacie – A5;
- Dystrybucja.

Termin: na bieżąco, w przypadku wyczerpania nakładu

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

FOLDERKI TEMATYCZNE

Cel: dostarczenie podstawowych informacji o Górze Wszystkich Świętych i Górze Świętej Anny (położenie, krótka historia, atrakcje turystyczne, zamierzenia inwestycyjne gminy)

Realizacja: opracowanie i wydruk folderków

Termin: do końca marca 2004 roku następnie na bieżąco, w przypadku wyczerpania nakładu

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

KALENDARZ NA 2005 ROK

Cel: utrwalenie w świadomości odbiorców symbolu miasta, miejsc charakterystycznych itp. pozwalających na identyfikację gminy na tle pozostałych miejscowości

Realizacja: wybór tematu przewodniego, opracowanie i wydruk kalendarza

Termin: do końca listopada 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

INNE MATERIAŁY PROMOCYJNE

Cel: utrwalenie w świadomości odbiorców symbolu miasta pozwalających na identyfikację gminy na tle pozostałych miejscowości

Realizacja: zlecenie wykonania:

- 1) Parasolek;
- 2) Widokówek;
- 3) Kubków;
- 4) Toreb reklamowych;
- 5) Znaczków z herbem miasta;
- 6) Podkładki pod mysz.

Termin: raz w roku, najpóźniej w terminie do września 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

ZESTAW DLA VIPÓW

Cel: utrwalenie w świadomości odbiorców symbolu miasta, miejsc charakterystycznych itp. pozwalających na identyfikację gminy na tle pozostałych miejscowości

Realizacja:

- Zamówienie zestawu dla VIP-ów: souveniry;
- Zlecenie wykonania grafik przedstawiających miejsca charakterystyczne dla Nowej Rudy;
- Zlecenie wykonania wizytowników z symbolem miasta.

Termin: najpóźniej do końca kwietnia 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

WSPÓŁPRACA Z MIASTAMI PARTNERSKIMI

Cel: odejście od biernego modelu współpracy – „od wizyty do wizyty” – na bardziej czynną polegającą na stałej wymianie informacji pomiędzy organizacjami samorządowymi

Realizacja:

- Wymiana młodzieży pomiędzy gminami partnerskimi
Głównym założeniem jest dbanie o utrzymywanie stałych kontaktów ze szkołą w Castrop-Rauxel.
W fazie przygotowawczej należy: (1) wyznaczyć osobę, która nawiąże odpowiednie kontakty i zorganizuje ewentualne spotkania; (2) określić grupy młodzieży objęte wymianą, (3) uzyskać poparcie i zaangażowanie innych sektorów społeczeństwa w sprawę programu wymiany.
- Wizyty studyjne i promocyjne w gminach partnerskich
W planach wizyt studyjnych i promocyjnych znajdują się:
 - prezentowanie kompleksowej oferty Noworudzkiego Parku Przemysłowego;
 - uczestnictwo lokalnych przedsiębiorców i producentów w wystawach przedsięwziętych;
 - korzystanie z doświadczeń zagranicznych partnerów w zakresie ubiegania się o środki z funduszy strukturalnych.
- Organizacja imprez kulturalno-promocyjnych

Głównym założeniem jest wystawienie w naszym mieście Komедii Muzycznej – „Arenberg. Terres des Mineurs”. Jest to spektakl oparty na grze dźwięków i światła, opowiadający historię rozwoju górnictwa w północnej Francji.

Drugim zamiarem, niezwykle istotnym dla powodzenia wymian kulturalnych, jest zorganizowanie wystawy miast partnerskich Nowej Rudy. Wystawa umożliwiłaby mieszkańcom naszego miasta lepsze poznanie Wallers-Arenberg, Castrop-Rauxel i Broumova. Jej wynikiem mogłoby być zaktualizowanie informacji o naszych zagranicznych partnerach na stronie internetowej Nowej Rudy (herb miasta, informacje o mieście, prezentacja multimedialna, galeria zdjęć, treść umowy o współpracy).

- Informowanie o możliwościach inwestowania i rozwoju oraz o życiu społecznym, kulturalnym i gospodarczym

Kontynuowanie działań związanych z :

- przygotowaniem kompleksowej oferty inwestycyjnej z wykazem terenów należących do gminy i do Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej;
 - umieszczenie oferty i regularne jej aktualizowanie na stronie internetowej miasta (w językach: niemieckim, angielskim, francuskim, czeskim);
 - wymianą książek i prasy lokalnej z miastami partnerskimi.
- Wymiana doświadczeń w zakresie gospodarki komunalnej, infrastruktury społecznej, itp.

Najważniejszymi doświadczeniami naszych miast partnerskich, które są istotne dla rozwoju Nowej Rudy są:

- Park Przemysłowy „Erin” w Castrop-Rauxel;
- Plany zagospodarowania byłych terenów kopalnianych, którymi dysponuje francuska gmina Wallers-Arenberg.

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: Naczelnik WPiRM

TABLICE INFORMACYJNE

Cel: poprawa wizerunku gminy na zewnątrz i wewnątrz; profesjonalne tablice informacyjne na terenie gminy

Realizacja:

- Przygotowanie projektu tablic oraz ustalenie ich lokalizacji;
- Odnowienie tablic informacyjnych o miastach partnerskich;
- Przygotowanie tablic na ogłoszenia zamieszczane przez mieszkańców miasta.

Termin: do końca listopada 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelniczy: WPiRM, Wydziału Infrastruktury i Inwestycji; Wydziału Mienia Komunalnego

INFORMATOR SAMORZĄDOWY „INFO NOWA RUDA”

Cel: poprawa przepływu informacji między Urzędem Gminy a mieszkańcami; systematyczne informowanie mieszkańców gminy o działaniach podejmowanych na jej terenie przez władze miasta

Realizacja:

- Zmiana koncepcji graficznej i zawartości biuletynu;
- Bieżąca redakcja, skład i wydawanie - 2 razy w miesiącu.

Termin: na bieżąco

Odpowiedzialny: Redaktor naczelny „INFO NOWA RUDA”

PROMOCJA SPRZEDAŻY NIERUCHOMOŚCI

Cel: uzyskanie odpowiedniej ceny sprzedaży, racjonalne zagospodarowanie terenu

Realizacja:

- Stworzenie bazy danych o nieruchomościach przeznaczonych do zbycia;
- Zamieszczanie oferty sprzedaży na stronach internetowych Urzędu Miejskiego;
- Zamieszczanie krótkich ofert sprzedaży pod hasłem „atrakcyjne działki do sprzedaży” wraz z podaniem kontaktu do gminy oraz adresu strony internetowej:
 - a) we wszystkich wydawanych materiałach promocyjnych;
 - b) w gazetach np.: „Rzeczpospolita”; „Polityka”; „Wprost”; „Newsweek”; regionalnej gazecie dolnośląskiej, śląskiej oraz wielkopolskiej.

Termin: od stycznia 2004 roku, następnie na bieżąco (realizacja pkt 3 uzależniona będzie od dostępnych środków finansowych)

Odpowiedzialny: Naczelnicy: Wydziału Mienia Komunalnego, WPiRM

KALENDARZ WYDARZEŃ KULTURALNYCH, SPORTOWYCH, TOWARZYSKICH

Cel: poinformowanie mieszkańców oraz osób odwiedzających miasto o wydarzeniach kulturalnych, sportowych i towarzyskich

Realizacja:

- Przekazanie przez wszystkie zainteresowane jednostki informacji o ich zamierzeniach w 2004 roku a następnie uszczegóławianie ich w cyklach miesięcznych;
- Opracowanie wzoru plakatu na dany miesiąc a w następnych miesiącach jego aktualizacja;
- Wydruk materiału;
- Dystrybucja materiału w wyznaczonej miejscach.

Termin: do stycznia 2004 roku

Odpowiedzialny: Naczelnicy: Wydziału Infrastruktury Społecznej, WPiRM

10. PLAN FINANSOWANIA

ZADANIE		KOSZTY
Cel 1: ZBUDOWANIE SYSTEMU POZYSKIWANIA INFORMACJI		
1.	Gromadzenie informacji ukazujących się w mediach i opracowanie wyciągu „Co o nas piszą:	bez kosztów
2.	Stały kontakt z mediami	bez kosztów
3.	Uchwała o współpracy Miasta Nowa Ruda z organizacjami pozarządowymi	bez kosztów
Cel 2: UŁATWIENIE DOSTĘPU DO ADMINISTRACJI		
4.	Biuro Obsługi Klienta	16 000 zł
5.	Gminne Centrum Informacji	10 000 zł
6.	Tablice informacyjne urzędu	1 200 zł

Cel 3: UJEDNOLICENIE SYSTEMU PROMOCJI NA ZEWNĄTRZ

7.	Logo	bez kosztów
8.	Konkurs na hasło	500 zł
9.	Materiały „firmowe”	12 000 zł
10.	Folder inwestycyjny	3 000 zł
11.	Przewodnik turystyczny	4 000 zł
12.	CD o mieście	bez kosztów
13.	Plan miasta	4 000 zł
14.	Folder „co, gdzie, kiedy”	4 000 zł
15.	Folderki tematyczne	4 000 zł
16.	Kalendarz na 2005 rok	6 000 zł
17.	Inne materiały promocyjne	15 000 zł
18.	Zestaw dla vipów	6 000 zł
19.	Współpraca z miastami partnerskimi	12 000 zł
20.	Tablice informacyjne	3 000 zł
21.	„Info Nowa Ruda”	25 000 zł
22.	Promocja sprzedaży nieruchomości	12 000 zł
23.	Kalendarz wydarzeń kulturalnych, sportowych, towarzyskich	2 000 zł
RAZEM:		149 700 zł

Głównym źródłem finansowania wydatków związanych z wykonaniem „Planu promocji miasta Nowa Ruda na rok 2004” będą środki pochodzące z budżetu miasta.

Określenie źródeł finansowania realizacji „Planu...”:

Planowane źródło finansowania	% udział w całości planu	Wartość
Budżet miasta	92 %	126 320 zł
Źródła zewnętrzne	8 %	11 380 zł
Razem	100 %	137 700 zł

Szczegółowe określenie pozycji „Budżet miasta”:

LP	Określenie wydatku	Pozycja w projekcie budżetu miasta (dział/rozdział/paragraf)
1.	Wydatki na materiały promocyjne określone w „Planie...” a nie wskazane niżej	750/75095/4300
2.	BOK	750/75023/4300; 750/75023/4210; 750/75023/6060
3.	GCI	750/75023/4010-4120
4.	Tablice informacyjne urzędu	750/75023/4300

Za zewnętrzne źródła finansowania należy uznać środki pozyskane od sponsorów, z reklam umieszczanych w wydawanych materiałach, fundusze GFOŚiGW.

W powyższym nie uwzględniono kwoty 12 000 złotych przeznaczonej na promocję sprzedaży nieruchomości. Jej realizacja uzależniona będzie od kwoty dostępnych środków.

Sporządził:

Zatwierdził: