



Проект оприлюднено
«29» 04 2021 р

266

п. 1

СУМСЬКА МІСЬКА РАДА
VIII СКЛИКАННЯ СЕСІЯ
РІШЕННЯ

від
м. Суми

№ 19

Про хід виконання програми
«Відкритий інформаційний простір
Сумської міської територіальної
громади» на 2019-2021 роки,
затвердженої рішенням Сумської
міської ради від 28 листопада 2018
року № 4154 - МР (зі змінами), за
підсумками 2020 року


Заслухавши інформацію директора департаменту комунікацій та інформаційної політики Сумської міської ради Кохан А.І., начальника управління стратегічного розвитку міста Сумської міської ради Кубрак О.М., директора КУ «Агенція промоції «Суми» Сумської міської ради Левченко Ю.О., директора департаменту фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради Липової С.А. про хід виконання програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки, затвердженої рішенням Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР (зі змінами), за підсумками 2020 року, керуючись статтею 25 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», **Сумська міська рада**

ВИРІШИЛА:

Інформацію директора департаменту комунікацій та інформаційної політики Сумської міської ради Кохан А.І., начальника управління стратегічного розвитку міста Сумської міської ради Кубрак О.М., директора КУ «Агенція промоції «Суми» Сумської міської ради Левченко Ю.О., директора департаменту фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради Липової С.А. про хід виконання програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки, затвердженої рішенням Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року № 4154 - МР (зі змінами), за 2020 рік взяти до відома (додається).

Сумський міський голова

О.М. Лисенко

Виконавець: Кохан А.І. 

Ініціатор розгляду питання – виконавчий комітет Сумської міської ради

Проект рішення підготовлений департаментом комунікацій та інформаційної політики Сумської міської ради

Доповідачі – директор департаменту комунікацій та інформаційної політики Сумської міської ради Кохан А.І., начальник управління стратегічного розвитку міста Сумської міської ради Кубрак О.М., директор КУ «Агенція промоції Суми» Сумської міської ради Левченко Ю.О., директор департаменту фінансів, економіки та інвестицій Сумської міської ради Липова С.А.

Додаток

до рішення Сумської міської ради
«Про хід виконання програми «Відкритий
інформаційний простір Сумської міської
територіальної громади» на 2019-2021
роки, затвердженої рішенням Сумської
міської ради від 28 листопада 2018 року
№ 4154 - МР (зі змінами), за підсумками
2020 року»
від №

Інформація
про хід виконання програми «Відкритий інформаційний простір
Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки за підсумками
2020 року

Програма спрямована на забезпечення відкритості та прозорості діяльності органів місцевого самоврядування, інформування населення щодо актуальних питань життєдіяльності міста, популяризацію м. Суми на регіональному, загальноукраїнському та міжнародному рівнях, залучення інвестиційних і донорських коштів задля розвитку місцевої інфраструктури. Програма визначає правові, організаційні та фінансові основи здійснення та надання послуг щодо висвітлення діяльності Сумської міської ради та її виконавчого комітету, просування міста серед сумчан, жителів Сумщини, громадян України та світу, розвитку інвестиційної діяльності та зв'язків з іноземними партнерами.

ПІДПРОГРАМА 1
Інформаційна прозорість

Міська рада та її виконавчий комітет здійснюють цілеспрямовану роботу з реалізації державної політики в сфері інформаційного забезпечення мешканців міста щодо діяльності органів влади різного рівня, актуальних питань життєдіяльності міста та держави в цілому.

При Сумській міській раді акредитовано 40 журналістів-періодичних видань і телерадіокомпаній, електронних ЗМІ, які запрошуються на всі загальноміські заходи, апаратні наради при міському голові, засідання постійних депутатських комісій, виконавчого комітету, сесії міської ради тощо. Для представників мас-медіа організуються брифінги, прес-тури, прес-конференції та інші медіа-заходи (136 протягом 2020 року), готуються прес-релізи, інформаційні повідомлення та коментарі.

Тематика таких медіа-заходів:

охорона здоров'я – 23

соціальний захист – 23

житлово-комунальне господарство та транспорт – 18

освіта – 12

культура – 7

спорт – 3

інше (архітектура і реконструкція об'єктів, вибори, будівництво та дороги, ремонти прибудинкових територій, робота ЦНАП тощо) – 50.

Організуються виступи членів виконавчого комітету, посадових осіб структурних підрозділів, депутатів міської ради на радіо та телебаченні. На офіційному сайті оприлюднено близько 240 повідомлень, які стосуються діяльності депутатів міської ради 7 скликання. Забезпечено функціонування системи інформаційного обміну з місцевими засобами масової інформації за допомогою електронної розсилки та інформування через соціальні мережі.

Діяльність Сумської міської ради, її виконавчого комітету, структурних підрозділів висвітлювалась на ТРК «Відікон», СТС, АТВ, FM-радіо, газетах «Ваш шанс», «Панорама», в мережі Інтернет (Інформаційний портал Сумської міської ради, SumyPost, 0542, EverydaySumy).

Тематика публікацій у друкованих ЗМІ: реформування медичної галузі, проблеми освітян, запобігання поширенню гострої респіраторної хвороби COVID-19, тарифи на теплопостачання, святкові заходи тощо (загалом - 26 публікацій).

Крім того, у друкованих ЗМІ оприлюднювалися офіційні документи (проекти регуляторних актів, рішення про місцевий бюджет, його виконання та зміни до нього, нормативні акти, оголошення та повідомлення тощо). Зокрема, у бюлетені «Офіційний вісник Сумської міської ради» (12 випусків) та газеті «Ваш шанс».

У 2020 році змінилися підходи до реалізації завдань з інформування громадян, з'явилася необхідність у посиленні інформаційної складової в роботі основних галузей міського господарства: освіти, охорони здоров'я, соціального захисту населення, інфраструктури, культури, архітектури. Тому договори на висвітлення з телеканалами «Відікон», АТВ, СТС укладались структурними підрозділами, які опікуються певними напрямками: управліннями: освіти і науки СМР, архітектури та містобудування СМР, «Інспекція з благоустрою міста Суми» СМР, капітального будівництва та дорожнього господарства СМР; відділами: культури СМР, охорони здоров'я СМР; департаментами: соціального захисту населення СМР, фінансів, економіки та інвестицій СМР, інфраструктури міста СМР, забезпечення ресурсних платежів СМР. Сюжети, а це загалом близько 90, відображали актуальні питання життєдіяльності міста.

За аналогічним підходом була організована співпраця з інтернет-ресурсами SumyPost, 0542, EverydaySumy. Так, були укладені угоди департаментами соціального захисту населення, інфраструктури міста, управлінням освіти і науки, відділом охорони здоров'я. Щомісячно на кожному сайті у їх стрічці новин опубліковувалися 28 публікацій на актуальну тематику, які дублювались в соціальній мережі Facebook на офіційних сторінках цих інтернет-видань. Загалом - 280 публікацій.

Співпраця у 2020 році відбувалась з низкою FM-станцій, зокрема, «Діва-радіо», Медіа сервіс (Хіт ФМ, Радіо Рокс, Радіо Релакс, Мелодія ФМ, Русское радио України), Полтава ТВ (Наше радіо, Авторадіо, Ретро ФМ, NRG). У зв'язку з обмеженням фінансування, переважно транслювались сюжети щодо боротьби з коронавірусом та до святкових дат.

На початку запровадження карантинних обмежень спільно з КП «Електроавтотранс» було виготовлено аудіоролик щодо необхідності дотримання санітарно-епідеміологічних заходів, який транслювався в електроавтотранспорті.

Також було підготовлено та поширено серед ЗМІ пам'ятку-роз'яснення відповідного змісту.

У зв'язку із встановленням на території Сумської міської ТГ червоної зони карантинних обмежень, департамент комунікацій та інформаційної політики розробив та забезпечив виготовлення листівки-пам'ятки для мешканців громади щодо карантинних обмежень.

Продовжується систематичне оновлення офіційного сайту Сумської міської ради. Щодня на веб-порталі розміщується до 10-12 повідомлень у рубриці «Новини», а також матеріали структурних підрозділів та комунальних підприємств за напрямками їх діяльності, здійснюються онлайн-трансляції, існує архів відеоматеріалів тощо. Щотижня у новинній стрічці сайту понад 50 інформаційних повідомлень.

Новини з офіційного сайту систематично поширювалися /передруковувалися іншими інтернет-ресурсами, у тому числі не лише місцевими, а й всеукраїнськими. Крім того, їх оприлюднювали на своїх шпальтах друковані ЗМІ. Таке поширення окремих новин ЗМІ доходило до 10-15 джерел.

На сайті розміщено 18,7 тис. публікацій, пов'язаних з висвітленням діяльності Сумської міської ради, її виконавчого комітету, структурних підрозділів та міського голови. Орієнтовна кількість унікальних відвідувачів на сайті міської ради склала в середньому понад 40 тис. осіб за 3 місяці (15-17% від загальної кількості населення).

Здійснювалось адміністрування офіційного веб-сайту, створювалися нові рубрики та сторінки відповідно до потреб структурних підрозділів та з метою поліпшення інформування мешканців про діяльність органів місцевого самоврядування, створювалися інтерактивні інструменти тощо.

Оперативно подавалася на сайті інформація про аварійні та планові відключення водопостачання, ремонтів електромереж, проведення земельних робіт, перекриття руху транспорту, ремонтів лікувальних закладів, роботи громадського транспорту тощо.

Одним з прикладів є організація роботи з оперативного та повноцінного інформування мешканців про ситуацію з протидії поширенню коронавірусу, зокрема щодо ухвалених нормативних документів, діяльності органів влади, проведення закупівель медичного обладнання, поширення інформаційно-просвітницьких матеріалів тощо. За ініціативи Департаменту був створений окремий розділ на сайті міської ради «Суми: коронавірус – СТОП», де оперативно оприлюднювалася уся тематична інформація, забезпечувалися трансляції онлайн-звітів міського голови, здійснювалось поширення повідомлень через соціальні мережі та у співпраці із засобами масової інформації.

Кількість зареєстрованих користувачів Інформаційного порталу Сумської міської ради – 1810 осіб.

У мережі Youtube діє канал Сумської міської ради, де розміщуються відеоматеріали з діяльності органу місцевого самоврядування, а також он-лайн трансляції сесій Сумської міської ради, засідань постійних депутатських комісій, виконавчого комітету, апаратних нарад при міському голові.

Кількість переглядів відеоматеріалів на каналі склала 809,9 тисяч.

У 2020 році вперше було здійснено онлайн-трансляцію Великодніх богослужінь, а також проведено щорічний звіт Сумського міського голови у форматі онлайн.

Департамент комунікацій та інформаційної політики надавав сприяння щодо розміщення на території міста у рамках соціальної реклами привітання від Сумської міської ради з нагоди:

- Дня Соборності України;
- Міжнародного жіночого дня;
- Великодня;
- Дня пам'яті та примирення в Україні та Дня Перемоги;
- Дня Європи в Україні,

а також щодо запобігання поширенню коронавірусної інфекції.

Департамент комунікацій та інформаційної політики здійснював проведення опитувань мешканців та вивчення їх думки, у тому числі, з виготовленням відеоновин. На сайті зокрема, створено рубрику «Запитаємо сумчан на Сотні». Були проведено опитування і щодо поінформованості мешканців про виведення за межі обласного центру реєстрації комунальних підприємств Сумської обласної ради.

ПІДПРОГРАМА 2

Формування позитивного сприйняття міста Суми

У 2020 році забезпечено оновлення кредитного рейтингу та рейтингу інвестиційної привабливості міста Суми.

Оновлено та надруковано 96 одиниць іміджевого інформаційного комплексу «Інвестиційний паспорт міста Суми»

З метою поширення Стратегії розвитку міста серед потенційних іноземних інвесторів задля формування іміджу м. Суми як інвестиційно привабливого міста, інформування про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал здійснено переклад Стратегії іноземною мовою (англійською), розроблено унікальний макет дизайну Стратегії з використанням бренду міста.

Для інформування всіх зацікавлених осіб та партнерів про стратегію, цілі, інструменти, методи та принципи впровадження виготовлено дизайнерську брошуру Стратегії розвитку міста, тираж 1000 шт.

Бренд міста презентовано на зустрічі за ініціативи ULEAD Сумського регіонального офісу, студентам Сумського національного аграрного університету, учасникам табору "Активні громадяни", глядачам телеканалу Відікон; створено сторінки в соціальних мережах бренду міста Суми (Instagram, Facebook); елементи бренду використовуються в роботі структурними підрозділами Сумської міської ради, МСК "Сумчанка", футбольним клубом «LS GROUP».

Бренд висвітлено в соціальних мережах, сторінках фейсбук та інстаграм "Відвідайте Суми" та налаштована таргетована реклама. Реклама бренду міста Суми налаштована в пошуковій системі Google. Відеоролики про місто транслювались на трьох телеканалах (СТС, Відікон, Академ ТВ). Протягом року в місті були розміщені забрендovanі тематичні 15 бордів та 10 сітілайтів

Протягом року створено 1000 фото та 2 відеоролика (одно- та трихвилинний), які використовуються в соціальних мережах Facebook, Instagram, Telegram (Агенції промоції “Суми”, “Відвідайте Суми”, “Бренд міста Суми”), з метою створення позитивного та конкурентоспроможного образу міста для місцевого жителя та туриста.

Проведено моніторинг інформації про місто Суми (321 згадування), бренд міста Суми (251 згадувань), основних конкурентів в сфері туризму (2 000)

Комунальною установою «Агенція промоції «Суми» протягом 2020 року реалізовано заходи різного спрямування з промоції міста: 35 виставок, 2 майстер-класи, 5 засідань літературного клубу «Інсайт», 4 засідання кіноклубу «Solaris», 17 пішохідних екскурсій туристичними маршрутами міста, 12 екскурсій Сумською міською галереєю (4 з них онлайн через додаток Zoom для студентів). Випущено документальний фільм «Мистецтво в ізоляції» до фестивалю «Ніч музеїв», велоквест «VeloLife», мистецький фестиваль «Ніч міста», акцію «Екокрос», благодійний збір речей для захисників України та благодійну акцію «Книга для захисника», музичний фестиваль «Sumy Rock Fest». Завершено благодійні акції до Дня Святого Миколая «Миколай – захисникові» по збору подарунків для захисників України, «Подаруй тепло» для людей похилого віку з Сумського геріатричного пансіонату.

За підтримки Сумської міської ради видано книгу «Долі: сумські перехрестя» (наклад 200 прим.).

Проведено онлайн-трансляцію пасхальних богослужінь із Спасо-Преображенського та Свято-Воскресенського Соборів.

ПІДПРОГРАМА 3

Зовнішні відносини Сумської міської ради та її виконавчого комітету

У 2020 році забезпечено відрядження представників Сумської міської ради до міста Харбін (Китайська народна республіка) з метою участі у Китайській міжнародній конференції зимових міст у м. Харбін, а також організацію участі у Третій Китайській міжнародній конференції міст дружби в м. Шаосін, що проходила у онлайн форматі.

Забезпечено відправку міжнародного поштового відправлення до міста-партнера Целле (Німеччина) з символікою міста Суми.

За участі громадськості проведено День Європи в онлайн форматі («День Європи на дивані»).

До Дня міста проведено низку заходів: привітання міським головою молодят та породіль, урочиста сесія Сумської міської ради в приміщенні філармонії, офіційний прийом міського голови офіційних делегацій та почесних громадян міста, мистецький фестиваль «Ніч міста», фотовиставка «Міста дружби» в рамках святкування 365-ї річниці з дня заснування міста Суми тощо.

У рамках інформаційної кампанії «Я – сумчанин» в приміщенні обласної філармонії проведено презентацію книги «Суми: містяни, постаті, земляки», виданої за підтримки Сумської міської ради.

Сумський міський голова

О.М. Лисенко

Виконавець: Кохан А.І.



Додаток

до інформації про хід виконання програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки за підсумками 2020 року

Інформація про хід виконання програми та ефективність реалізації завдань за бюджетними програмами за підсумками 2020 року

Програма «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки
назва програми

1. 02.06.07.08.10.12.14.15.16.31.37 Виконавчий комітет Сумської міської ради
(код ПКВКМБ)
найменування головного розпорядника коштів програми
Департаменти: комунікацій та інформаційної політики СМР; фінансів, економіки та інвестицій СМР; інфраструктури міста СМР; соціального захисту населення СМР; забезпечення ресурсних платежів СМР; управління: освіти і науки СМР; архітектури та містобудування СМР; «Інспекція з благоустрою міста Суми» СМР; капітального будівництва та дорожнього господарства СМР; стратегічного розвитку міста СМР; відділи: охорони здоров'я СМР; культури СМР; туризму СМР; бухгалтерського обліку та звітності СМР; КУ «Агенція промоції «Суми» СМР
найменування відповідального виконавця програми
2. 02101000, 0610000, 0710000
0810000, 1010000, 1210000
1410000, 1510000, 1610000
3110000, 3710000
(код ПКВКМБ)
3. 0210160, 0214081, 0214082
0217693, 0218420, 0610160,
0710160, 0810160, 1010160,
1210160, 1410160, 1510160,
1610160, 3110160, 3710160
(код ПКВКМБ)
Рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2019 року № 4154 - МР «Про міську програму «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки» (зі змінами)
найменування програми, дата і номер рішення міської ради про її затвердження

Найменування завдань програми (у розрізі ПКВКМБ)	Планові обсяги фінансування, тис. грн.				Фактичні обсяги фінансування, тис. грн.				Стан виконання (показники ефективності)		
	Усього	держ. бюджет	Місцевий бюджет		Усього	держ. бюджет	Місцевий бюджет				
			обл. бюджет	Інші джерела			обл. бюджет	Інші джерела			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Всього на виконання програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки у 2020 році	11 893,2			11 893,2		5 482,4		5 482,4			

Підпрограма 1. Інформаційна прозорість										
Всього на виконання підпрограми 1		4 995,7		4 995,7		2 904,7		2 904,7		
Завдання 1.1. Інформування територіальної громади з актуальних питань життєдіяльності міста		4 842,3		4 842,3		2 849,7		2 849,7		
1.1.1. Забезпечення висвітлення діяльності Сумської міської ради на телебаченні та радіо		2 277,0		2 277,0		1 094,8		1 094,8		Оперативна інформація щодо діяльності та результатів роботи Сумської міської ради, її виконавчого комітету, структурних підрозділів, ключові події та тенденції розвитку міста розміщувалась на телеканалах «Відконт», СТС, АТВ (близько 90 сюжетів), FM-радіо («Діва-радіо», Хіт FM, Радіо Рокс, Радіо Релакс, Мелодія FM, Русское радио України, Наше радіо, Авторадіо, Регро FM, NRG).
1.1.2. Забезпечення висвітлення діяльності Сумської міської ради в друкованих ЗМІ		136,5		136,5		96,6		96,6		Висвітлювалась діяльність та результати роботи Сумської міської ради, її виконавчого комітету, структурних підрозділів в газетах «Панорама», «Ваш шанс», «ДС-Експрес» (26 публікацій).
1.1.3. Оприлюднення регуляторних актів та інших офіційних документів Сумської міської ради в друкованих засобах масової інформації.		407,6		407,6		193,3		193,3		Протягом року забезпечено випуск 12 номерів бюлетеню «Офіційний вісник Сумської міської ради», оприлюднення відбувалось також у газетах «Панорама» і «Ваш шанс».
1.1.4. Висвітлення в мережі Інтернет діяльності Сумської міської ради, її виконавчих органів, міського голови, актуальних питань територіальної громади міста		1 966,9		1 966,9		1 465,0		1 465,0		Здійснювались онлайн-трансляції сесій Сумської міської ради, засідань виконавчого комітету, апаратних нарад при міському голові, розміщення відеозаписів інформаційного характеру з актуальних питань життєдіяльності міста на сайті Сумської міської ради, SumyPost, 0542, EverydaySumy (всього 280 публікацій). Оновлювались акаунти Сумської міської ради у

											Фейсбук (3,7 тис. підписників) та відеоматеріали на каналі «Сумська міська рада» у мережі Youtube (кількість переглядів – 809,9 тис.).
1.1.5. Проведення інформаційно-просвітницьких заходів (брифінгів, прес-конференцій, «круглих столів», прес-турів, прямих ефірів тощо)	Коштів не потребує		-	Коштів не потребує				-			Протягом 2020 року для представників ЗМІ проведено 136 медіа-заходів наступної тематики: охорона здоров'я – 23, житлово-комунальне господарство та транспорт – 18, соціальний захист – 23, освіта – 12, культура – 7, спорт – 3, інше -50.
1.1.6. Інформаційне наповнення офіційного сайту Сумської міської ради	Коштів не потребує		-	Коштів не потребує				-			Щодня на веб-порталі розміщується до 10 повідомлень у рубриці «Новини», щотижня у новинній стрічці сайту - понад 50 інформаційних повідомлень, матеріали структурних підрозділів та комунальних підприємств за напрямками їх діяльності, здійснюються он-лайн трансляції, поповнення архіву відеоматеріалів. Кількість зареєстрованих користувачів інформаційного порталу Сумської міської ради становить 1810 осіб. За звітний період було розміщено 18,7 тис. публікацій (наростаючим підсумком), пов'язаних з висвітленням діяльності Сумської міської ради, її виконавчого комітету та структурних підрозділів.
1.1.7. Виготовлення друкованої продукції роз'яснювального, інформаційного характеру з актуальних питань життєдіяльності міста	54,3		-	54,3				-			
Завдання 1.2. Відзначення ЗМІ до Дня журналіста:	44,8		14,0	44,8				14,0			

1.2.1. Проведення заходів з нагоди відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста	25,8			25,8	14,0	14,0	14,0	До Дня журналіста придбано та вручено подарунки для ЗМІ.
1.2.2. Проведення конкурсу серед журналістів на краще висвітлення проблематики громадянського суспільства (у номінаціях «Друковані ЗМІ» «Інтернет-видання», «Гелебачення та радіомовлення»)	19,0			19,0	-	-	-	У 2020 році конкурс не проводився.
Завдання 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партICIPаторного) бюджету	74,3			74,3	41,0	41,0	41,0	
1.3.1. Забезпечення створення та виготовлення поліграфічних матеріалів (листівок, бланків для голосування, оголошень тощо)	3,6			3,6	-	-	-	
1.3.2. Забезпечення створення промоційних аудіо та відеоматеріалів та їх трансляція	15,0			15,0	-	-	-	
1.3.3. Забезпечення розміщення промоційних матеріалів у друкованих ЗМІ.	16,8			16,8	8,0	8,0	8,0	Інформаційні матеріали щодо забезпечення інформаційної підтримки кампанії було розміщено в газеті «Ваш шанс».
1.3.6. Забезпечення роботи веб-порталу «Громадський проект»	33,5			33,5	33,0	33,0	33,0	Здійснено оплату щорічного внеску за технічну підтримку веб-порталу «Громадський проект».

1.3.7. Забезпечення виготовлення та придбання промопродукції	5,4				5,4	-				-			
<u>Завдання 1.4.</u> Проведення інформаційної кампанії з питань відкритості та доступності Сумської міської ради	34,3				34,3	-				-			
Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми													
Всього на виконання підпрограми 2	5 081,9				5 081,9	2275,7				2275,7			
<u>Завдання 2.1.</u> Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми	416,3				416,3	195,9				195,9			
2.1.1. Оновлення кредитного рейтингу та рейтингу інвестиційної привабливості	43,5				43,5	37,4				37,4			Оновлено кредитний рейтинг та рейтинг інвестиційної привабливості міста Суми
2.1.2. Оновлення іміджевого інформаційного комплексу «Інвестиційний паспорт міста Суми» (англійською та українською мовами)	65,2				65,2	49,2				49,2			Оновлено та надруковано 96 одиниць іміджевого інформаційного комплексу «Інвестиційний паспорт міста Суми»
2.1.3. Виготовлення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми	21,7				21,7	-				-			
2.1.5. Поширення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми (трансляція відео, публікації в ЗМІ, розміщення інформації	54,4				54,4	-				-			

<p>на веб-ресурсах, розповсюдження інформації під час ярмарок, виставок та інших представницьких заходів)</p>	<p>20,0</p>	<p>20,0</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>
<p>2.1.6. Забезпечення участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах (придбання та/або оренда засобів матеріально-технічного забезпечення)</p>	<p>20,0</p>	<p>20,0</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>У зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції Covid -19, проведення стратегічних сесій не відбулося</p>
<p>2.1.7 Забезпечення проведення стратегічних сесій.</p>	<p>96,8</p>	<p>96,8</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>З метою поширення Стратегії розвитку міста серед потенційних іноземних інвесторів задля формування іміджу м.Суми як інвестиційно привабливого міста, інформування про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал здійснено переклад Стратегії іноземною мовою (англійською)</p>
<p>2.1.15. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>15,5</p>	<p>З метою поширення Стратегії розвитку міста серед потенційних іноземних інвесторів задля формування іміджу м.Суми як інвестиційно привабливого міста, інформування про його науковий, економічний та інвестиційний потенціал здійснено переклад Стратегії іноземною мовою (англійською)</p>
<p>2.1.16. Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо «Стратегії розвитку міста до 2030 року»</p>	<p>99,2</p>	<p>99,2</p>	<p>93,8</p>	<p>93,8</p>	<p>93,8</p>	<p>93,8</p>	<p>93,8</p>	<p>З метою розповсюдження серед потенційних інвесторів Стратегії, формування позитивного образу міста, підвищення рівня впізнаваності бренду міста було розроблено унікальний макет дизайну Стратегії з використанням бренду міста. З метою інформування всіх зацікавлених осіб та партнерів про стратегію, цілі, інструменти, методи та принципи впровадження виготовлено дизайнерську брошуру Стратегії розвитку міста, тираж 1000 шт</p>
<p>Завдання 2.2. Промоція міських пам'яток, створення</p>	<p>279,1</p>	<p>279,1</p>	<p>39,5</p>	<p>39,5</p>	<p>39,5</p>	<p>39,5</p>	<p>39,5</p>	<p></p>

єдиного інформаційного середовища																							
2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «До Сум на гостину»	195,0					195,0															-		
2.2.2. Проведення конкурсу відеопромороликів «Суми. Погляд сумчан»	21,7					21,7																-	
2.2.3. Оплата послуг з розробки та розміщення інформації про події, заходи, фестивалі в місті Суми	22,8					22,8																-	
2.2.4. Забезпечення трансляції святкових богослужінь за допомогою Інтернет-ресурсів або телебачення	39,6					39,6															39,5		Проведено онлайн-трансляцію пасхальних богослужінь із Спасо-Преображенського та Свято-Воскресенського Соборів.
Завдання 2.3. Промоція міста Суми як відкритого інформаційного простору	353,6					353,6																204,8	
2.3.1. Забезпечення створення промоційних аудіо-, відеоматеріалів про сучасне місто Суми	71,3					71,3																-	
2.3.2. Забезпечення виготовлення та придбання елементів упаковки для промопродукції	60,3					60,3																36,1	Придбано екологічні види упаковки з символікою міста Суми для сувенірної промопродукції.
2.3.3. Забезпечення виготовлення та придбання промопродукції	189,1					189,1																168,7	Придбано сувенірну промоційну продукцію з символікою міста оновленого асортименту.

28

2.3.4. Забезпечення розробки та виготовлення промоційних поліграфічних матеріалів (буклети, проспекти, флаєри, карти міста тощо)	32,9		-		-			
<u>Завдання 2.4.</u> Забезпечення проведення візних днів міста Суми в інших містах України	87,9		-		-			
<u>Завдання 2.5.</u> Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності	3 327,3		1 583,5		1 583,5		1 583,5	Протягом 2020 року реалізовано заходи різного спрямування з промоції міста: 35 виставок, 2 майстер-класи, 5 засідань літературного клубу «Інсайт», 4 засідання кіноклубу «Solatis», 17 пішохідних екскурсій туристичними маршрутами міста, 12 екскурсій Сумською міською галереєю (4 з них онлайн через додаток Zoom для студентів). Випущено документальний фільм «Мистецтво в ізоляції» до фестивалю «Ніч музеїв», велоквест «VeloLife», мистецький фестиваль «Ніч міста», акцію «Екопрос», благодійний збір речей для захисників України та благодійну акцію «Книга для захисника», музичний фестиваль «Sumy Rock Fest». Завершено благодійні акції до Дня Святого Миколая «Миколай – захисникові» по збору подарунків для захисників України, «Подаруй тепло» для людей похилого віку з Сумського геріатричного пансіонату.
<u>Завдання 2.6.</u> Підтримка місцевого книговидання	135,0		48,2		48,2		48,2	За підтримки Сумської міської ради видано книгу «Долі: сумські перехрестя» (наклад 200 прим.).
<u>Завдання 2.7.</u> Формування механізмів підтримки і	482,7		203,8		203,8		203,8	

<p>просування бренду міста Суми</p>	<p>150,0</p>																															
<p>2.7.1.Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста</p>	<p>150,0</p>																															
<p>2.7.2.Створення фото- та відео- контентів про місто Суми для підвищення впізнаваності бренду в різних каналах комунікації</p>	<p>170,0</p>																															
<p>2.7.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації</p>	<p>114,3</p>																															
<p>У зв'язку з виникненням пріоритетності виконання інших завдань та обмежене фінансування, проєкт фотозони, пов'язаної з ідеєю бренду міста в центральній частині міста в 2020 році не реалізований, а кошти перерозподілені на інші проєкти. Презентовано бренд на зустрічі за ініціативи ULEAD Сумського регіонального офісу, студентам Сумського національного аграрного університету, учасникам табору "Активні громадяни", глядачам телеканалу Відікон; створено сторінки в соціальних мережах бренду міста Суми (Instagram, Facebook); елементи бренду використовуються в роботі структурними підрозділами Сумської міської ради, МСК "Сумчанка", футбольним клубом «LS GROUP».</p>																																
<p>Протягом року створено 1000 фото та 2 відеоролика (одно- та трихвилинний), які використовуються в соціальних мережах Facebook, Instagram, Telegram (Агенції промоції "Суми", "Відвідайте Суми", "Бренд міста Суми"), з метою створення позитивного та конкурентоспроможного образу міста для місцевого жителя та туриста</p>																																
<p>Бренд висвітлено в соціальних мережах, сторінках фейсбук та інстаграм "Відвідайте Суми" та налаштована таргетована реклама. Реклама бренду міста Суми налаштована</p>																																

												пошуковій системі Google. Відеоролики про місто трансливались на трьох телеканалах (СТС, Відікон, Академ ТВ). Протягом року в місті були розміщені забрендовані тематичні 15 бордів та 10 сітілайтів
2.7.4 Моніторинг соціального медіа простору	48,4		48,4		43,5		43,5		43,5			Проведено моніторинг інформації про місто Суми (321 згадування), бренд міста Суми (251 згадування), основних конкурентів в сфері туризму (2 000)
Підпрограма 3. Зовнішні відносини Сумської міської ради та її виконавчого комітету												
Всього на виконання підпрограми 3	1 815,6		1 815,6		302,0		302,0		302,0			
Завдання 3.1. Участь у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, ярмарках, виставках тощо	187,1		187,1		11,3		11,3		11,3			
3.1.1. Сплата організаційних внесків для участі у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, форумах, ярмарках, виставках тощо	30,0		30,0		-		-		-			
3.1.2. Забезпечення участі офіційних делегацій міста Суми у міжнародних конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, форумах, ярмарках, виставках тощо	157,1		157,1		11,3		11,3		11,3			Забезпечено відрядження представників Сумської міської ради до міста Харбін (Китайська народна республіка) з метою участі у Китайській міжнародній конференції зимових міст у м. Харбін а також організацію участі у Третій Китайській міжнародній конференції міст дружби в м. Шаосін, що проходила у онлайн форматі

Завдання 3.2. Залучення іноземних експертів для обміну досвідом	308,3	308,3	-	-	-	-	-
3.2.1. Залучення іноземних експертів за програмами SES, SKEW-CIM	263,7	263,7	-	-	-	-	-
3.2.2. Проведення робочих зустрічей по обміну досвідом	28,8	28,8	-	-	-	-	-
3.2.3 Забезпечення навчальних візитів з обміну досвідом (депутати Сумської міської ради та члени виконавчого комітету Сумської міської ради, що не є посадовими особами виконавчих органів Сумської міської ради)	15,8	15,8	-	-	-	-	-
Завдання 3.3. Придбання іміджевої продукції з символікою міста Суми	188,0	188,0	160,2	160,2	160,2	160,2	Оновлено асортимент іміджевої продукції з символікою міста.
Завдання 3.4. Заходи, пов'язані з підтримкою зв'язків з містами-партнерами та встановлення нових партнерських/дружніх відносин з містами зарубіжних країн	404,8	404,8	1,3	1,3	1,3	1,3	
3.4.1 Відраджування офіційних делегацій від міста Суми до зарубіжних країн з метою встановлення нових партнерських/дружніх відносин	54,8	54,8	-	-	-	-	

3.4.2 Офіційний прийом іноземних делегацій із зарубіжних країн, що прибувають до міста Суми з метою встановлення та підтримки партнерських/дружніх відносин	100,0	100,0	1,3	1,3	100,0	1,3	1,3	Забезпечено відправку міжнародного поштового відправлення до міста-партнера Целле (Німеччина) з символікою міста Суми.
3.4.3 Відряження делегацій від міста Суми до міст-партнерів	250,0	250,0	-	-	250,0	-	-	
Завдання 3.5. Забезпечення проведення урочистих заходів в місті Суми	576,3	576,3	129,2	129,2	576,3	129,2	129,2	
3.5.1 Організація прийому та перебування офіційних делегацій з нагоди проведення урочистих заходів в місті Суми	250,0	250,0	3,3	3,3	250,0	3,3	3,3	
3.5.2. Організація проведення урочистих заходів з нагоди Дня Європи в місті Суми	36,6	36,6	-	-	36,6	-	-	За участі громадськості проведено День Європи в онлайн форматі («День Європи на дивані»).
3.5.3. Організація проведення урочистих заходів з нагоди святкування Дня міста Суми	179,5	179,5	122,7	122,7	179,5	122,7	122,7	До Дня міста проведено низку заходів: привітання міським головою молодят та породіль, урочиста сесія Сумської міської ради в приміщенні філармонії, офіційний прийом міського голови офіційних делегацій та почесних громадян міста, фотовиставка «Міста дружба» в рамках святкування 365-ї річниці з дня заснування міста Суми тощо.
3.5.4. Організація прес-турів у місто Суми для журналістів з України та з-за кордону на	31,7	31,7	-	-	31,7	-	-	

