#### 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

2. 0210000, 0610000, 0710000 Департаменти: комунікацій та інформаційної політики СМР; фінансів, економіки та

0810000, 1010000, 1210000 інвестицій СМР; інфраструктури міста СМР; соціального захисту населення СМР;

1410000, 1510000, 1610000 забезпечення ресурсних платежів СМР; управління: освіти і науки СМР; архітектури та 3110000, 3710000 містобудування СМР; «Інспекція з благоустрою міста Суми» СМР; капітального (код ПКВКМБ) будівництва та дорожнього господарства СМР; стратегічного розвитку міста СМР; відділи:

охорони здоров’я СМР; культури СМР; бухгалтерського обліку та звітності СМР; КУ «Агенція промоції «Суми» СМР

найменування відповідального виконавця програми

3. 0210160, 0214081, 0214082 Рішення Сумської міської ради від 28 листопада 2019 року № 4154-МР «Про міську

0217693, 0218420, 0610160, програму «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади»

0710160, 0810160, 1010160, на 2019-2021 роки» (зі змінами)

1210160, 1410160, 1510160, найменування програми, дата і номер рішення міської ради про її затвердження

1610160, 3110160, 3710160

(код ПКВКМБ)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Найменування завдань програми  (у розрізі ПКВКМБ) | Планові обсяги фінансування, тис. грн. | | | | | Фактичні обсяги фінансування, тис. грн. | | | | | | Стан виконання (показники ефективності) |
| Усього | держ. бюдж. | Місцевий бюджет | | Інші джерела | Усього | держ.  бюдж. | Місцевий бюджет | | Інші джерела |  | |
| обл. бюдж. | бюджет ОТГ |  | обл. бюдж. | бюджет ОТГ |  |  | |
| **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 «Відікон», СТС, АТВ (близько 90 сюжетів), FM-радіо («Діва-радіо», Хіт ФМ, Радіо Рокс, Радіо Релакс, Мелодія ФМ, Русское радио України, Наше радіо, Авторадіо, Ретро ФМ, 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 відеоновин інформаційного характеру з актуальних питань життєдіяльності міста на сайті Сумської міської ради, SumyPost, 0542, EverydaySumy (всього 280 публікацій). Оновлювалися 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** |  |  | **44,8** |  | **14,0** |  |  | **14,0** |  |  | |
| 1.2.1. Проведення заходів з нагоди відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста | 25,8 |  |  | 25,8 |  | 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», «Телебачення та радіомовлення») | 19,0 |  |  | 19,0 |  | - |  |  | - |  | У 2020 році конкурс не проводився. | |
| **Завдання 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету** | **74,3** |  |  | **74,3** |  | **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 |  | 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 |  | Здійснено оплату щорічного внеску за технічну підтримку веб порталу «Громадський проект». | |
| 1.3.7. Забезпечення виготовлення та придбання промопродукції | 5,4 |  |  | 5,4 |  | - |  |  | - |  |  | |
| **Завдання 1.4.** 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** |  |  | |
| **Завдання 2.1. 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 комплекту «Інвестиційний паспорт міста Суми» (англійською та українською мовами) | 65,2 |  |  | 65,2 |  | 49,2 |  |  | 49,2 |  | Оновлено та надруковано 96 одиниць іміджевого інформаційного комплекту «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 на веб-ресурсах, розповсюдження інформації під час ярмарок, виставок та інших представницьких заходів) | 54,4 |  |  | 54,4 |  | - |  |  | - |  |  | |
| 2.1.6. Забезпечення участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах  (придбання та/або оренда засобів матеріально-технічного забезпечення) | 20,0 |  |  | 20,0 |  | - |  |  | - |  |  | |
| 2.1.7 Забезпечення проведення стратегічних сесій. | 96,8 |  |  | 96,8 |  | - |  |  | - |  | У зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції Covid -19, проведення стратегічних сесій не відбулося | |
| 2.1.15. Переклад документу Стратегія розвитку міста на іноземну мову | 15,5 |  |  | 15,5 |  | 15,5 |  |  | 15,5 |  | 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) | |
| 2.1.16. Розробка та виготовлення поліграфічної продукції щодо «Стратегії розвитку міста до 2030 року» | 99,2 |  |  | 99,2 |  | 93,8 |  |  | 93,8 |  | 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 | |
| **Завдання 2.2. Промоція міських пам’яток, створення єдиного інформаційного середовища** | **279,1** |  |  | **279,1** |  | **39,5** |  |  | **39,5** |  |  | |
| 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 |  |  | 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** |  |  | **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 |  |  | 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 |  |  | 168,7 |  | Придбано сувенірну промоційну продукцію з символікою міста оновленого асортименту. | |
| 2.3.4. Забезпечення розробки та виготовлення промоційних поліграфічних матеріалів (буклети, проспекти, флаєри, карти міста тощо) | 32,9 |  |  | 32,9 |  | - |  |  | - |  |  | |
| **Завдання 2.4. Забезпечення проведення виїзних днів міста Суми в інших містах України** | **87,9** |  |  | **87,9** |  | **-** |  |  | **-** |  |  | |
| **Завдання 2.5. Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності** | **3 327,3** |  |  | **3 327,3** |  | **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 «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. | |
| **Завдання 2.6. Підтримка місцевого книговидання** | **135,0** |  |  | **135,0** |  | **48,2** |  |  | **48,2** |  | За підтримки Сумської міської ради видано книгу «Долі: сумські перехрестя» (наклад 200 прим.). | |
| **Завдання 2.7.** **Формування механізмів підтримки і просування бренду міста Суми** | **482,7** |  |  | **482,7** |  | **203,8** |  |  | **203,8** |  |  | |
| 2.7.1.Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та позитивного образу міста | 150,0 |  |  | 150,0 |  | **-** |  |  | **-** |  | У зв'язку з виникненням пріоритетності виконання інших завдань та обмежене фінансування, проект фотозони, пов’язаної з ідеєю бренду міста в центральній частині міста в 2020 році нереалізований, а кошти перерозподільні на інші проекти.  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». | |
| 2.7.2.Створення фото- та відео- контентів про місто Суми для підвищення впізнаваності бренду в різних каналах комунікації | 170,0 |  |  | 170,0 |  | 50,0 |  |  | 50,0 |  | 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 | |
| 2.7.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації | 114,3 |  |  | 114,3 |  | 110,3 |  |  | 110,3 |  | 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 забрендовані тематичні 15 бордів та 10 сітілайтів | |
| 2.7.4 Моніторинг соціального медіа простору | 48,4 |  |  | 48,4 |  | 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** |  |  | |
| **Завдання 3.1. Участь у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, ярмарках, виставках тощо** | **187,1** |  |  | **187,1** |  | **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 |  | 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** |  | 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** |  |  | |
| 3.4.1 Відрядження 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 |  | Забезпечено відправку міжнародного поштового відправлення до міста-партнера Целлє (Німеччина) з символікою міста Суми. | |
| 3.4.3 Відрядження делегацій від міста Суми до міст-партнерів | 250,0 |  |  | 250,0 |  | - |  |  | - |  |  | |
| **Завдання 3.5. Забезпечення проведення урочистих заходів в місті Суми** | **576,3** |  |  | **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 |  |  | |
| 3.5.2. Організація проведення урочистих заходів з нагоди Дня Європи в місті Суми | 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 |  | 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 дружби» 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 період проведення міських святкувань | 31,7 |  |  | 31,7 |  | - |  |  | - |  | - | |
| 3.5.5. Організація проведення форуму видавців, літературного фестивалю та книжкового ярмарку в рамках проведення інформаційної кампанії «Я-сумчанин» | 78,5 |  |  | 78,5 |  | 3,2 |  |  | 3,2 |  | У рамках форуму в приміщенні обласної філармонії проведено презентацію книги «Суми: містяни, постаті, земляки», виданої за підтримки Сумської міської ради | |
| **Завдання 3.6. Організація доставки гуманітарної допомоги зі Швейцарії «Конвой»** | **93,2** |  |  | **93,2** |  | **-** |  |  | **-** |  |  | |
| **Завдання 3.7. Розширення співробітництва з містами України та зарубіжжя в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України»** | **57,9** |  |  | **57,9** |  | **-** |  |  | **-** |  |  | |
| 3.7.1 Організація робочих зустрічей в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України» | 39,2 |  |  | 39,2 |  | **-** |  |  | **-** |  |  | |
| 3.7.2 Відрядження представників Виконавчого комітету Сумської міської ради в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України» | 18,7 |  |  | 18,7 |  | **-** |  |  | **-** |  |  | |

Сумський міський голова Олександр ЛИСЕНКО

Виконавець:Дяговець О.В.