

ZARZĄDZENIE NR 486/2024
PREZYDENTA MIASTA KIELCE

z dnia 13 grudnia 2024 r.

zmieniające Zarządzenie Prezydenta Miasta Kielce nr 348/2022 z dnia 3 sierpnia 2022 r. w sprawie wprowadzenia i stosowania „Strategii promocji Miasta Kielce 2030+”, powołania Zespołu ds. Marki Kielce oraz ustanowienia Systemu Koordynacji Promocji Miasta Kielce

Na podstawie art. 31 i art. 33 ust. 3 i 5 w zw. z art. 11a ust. 3 oraz art. 7 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2024, poz. 1465 ze zmianami) zarządza się, co następuje:

§ 1.

W Zarządzeniu Prezydenta Miasta Kielce nr 348/2022 z dnia 3 sierpnia 2022 r. w sprawie wprowadzenia i stosowania „Strategii promocji Miasta Kielce 2030+”, powołania Zespołu ds. Marki Kielce oraz ustanowienia Systemu Koordynacji Promocji Miasta Kielce wprowadza się następujące zmiany:

1) w § 1 ust. 1 określenie „załącznik” otrzymuje brzmienie „załącznik nr 1”;

2) § 1 ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Wprowadza się obowiązek projektowania przez wydziały i inne równorzędne komórki organizacyjne Urzędu Miasta Kielce oraz zaleca się projektowanie przez jednostki organizacyjne Miasta Kielce wszelkich materiałów promocyjnych w oparciu o założenia Księgi Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Kielce (Zarządzenie nr 473/2020 Prezydenta Miasta Kielce z dnia 28 grudnia 2020 r. w sprawie wprowadzenia „Księgi Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta Kielce”), chyba że zastosowanie mają przepisy odrębne.”;

3) § 2 ust. 1 otrzymuje brzmienie:

„1. Powołuje się Zespół ds. Marki Kielce pełniący funkcję Strażnika Marki Kielce. Zespołem ds. Marki Kielce kieruje Prezydent Miasta Kielce lub Zastępca Prezydenta Miasta Kielce właściwy ds. promocji miasta według aktualnie obowiązującego Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Kielce, którego zastępuje dyrektor wydziału właściwego ds. promocji miasta, a w jego skład wchodzi: kierownik biura/referatu właściwego ds. promocji miasta działającego w ww. wydziale oraz wyznaczeni przez kierującego Zespołem lub jego zastępcę pracownicy ww. biura/referatu. Kierujący Zespołem lub jego zastępca do składu Zespołu może wyznaczyć także innych pracowników Urzędu Miasta Kielce.”;

4) w § 2 ust. 2 wykreśla się pkt. 2);

5) w § 2 ust. 2 dodaje się pkt 11) o brzmieniu:

„11) gromadzenie wartości wskaźników monitoringu Strategii, o których mowa w § 2 ust. 6.”;

6) § 2 ust. 4 otrzymuje brzmienie:

„4. Coroczny plan promocji Miasta Kielce tworzy się do 31 stycznia danego roku, zaś sprawozdanie z realizacji corocznego planu promocji Miasta Kielce tworzy się do 31 marca następnego roku. Plan oraz sprawozdanie tworzy się we współpracy z Koordynatorami, o których mowa w ust. 3.”;

7) § 2 ust. 5 otrzymuje następujące brzmienie:

„5. Kierujący Zespołem ds. Marki Kielce powoła Zespół ds. Promocji Miasta Kielce o charakterze konsultacyjno-doradczo-projektowym w zakresie realizacji Strategii i działań promocyjnych. W jego skład mogą wejść pracownicy Urzędu Miasta Kielce (w szczególności członkowie Zespołu ds. Marki Kielce), jednostek organizacyjnych Miasta Kielce oraz inne zaproszone osoby. Zebrania Zespołu ds. Promocji Miasta Kielce zwołuje kierujący Zespołem ds. Marki Kielce lub jego zastępca.”;

8) w § 2 dodaje się ust. 6 o brzmieniu:

„6. Określa się wskaźniki monitoringu „Strategii”, które stanowią załącznik nr 2 „Wskaźniki do monitoringu „Strategii promocji Miasta Kielce 2030+” do niniejszego zarządzenia.”;

9) § 3 ust. 2 pkt 1) otrzymuje brzmienie:

„1) podstrona oficjalnej strony internetowej Miasta Kielce dotycząca Strategii, marki i promocji Miasta Kielce znajdująca się pod adresem: www.kielce.eu/promocja;”.

§ 2.

Wykonanie zarządzenia powierza się dyrektorom wydziałów i innych równorzędnych komórek organizacyjnych Urzędu Miasta Kielce oraz kierownikom jednostek organizacyjnych Miasta Kielce.

§ 3.

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

WSKAŹNIKI DO MONITORINGU „STRATEGII PROMOCJI MIASTA KIELCE 2030+”				
CEL	NAZWA WSKAŹNIKA	ŹRÓDŁO WSKAŹNIKA	WARTOŚĆ WSKAŹNIKA NA KONIEC 2022 R.	OCZEKIWANY TREND WSKAŹNIKA W PERSPEKTYWIE 2030 R.
WSKAŹNIKI MONITORINGU STRATEGII - GENERALNE				
Cel operacyjny 3.7 Miasto o budującej się tożsamości ze „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City”	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem o określonej tożsamości	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	30,4%	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan utożsamiających się z regionem miasta Kielce	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	33,4%	↑
FILAR - MIASTO TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ WSKAŹNIKI MONITORINGU STRATEGII DLA CELU STRATEGICZNEGO NR 1 - PROMOWANIE, INTEGRACJA I ROZWÓJ OFERTY TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ W SKALI LOKALNEJ I REGIONALNEJ				
CEL STRATEGICZNY 1 Promowanie, integracja i rozwój oferty turystyki przyrodniczej w skali lokalnej i regionalnej	Liczba miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	22,5	↑
	Liczba udzielonych noclegów w obiektach hotelowych w ciągu roku	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	339 901	↑
Cel operacyjny 1.1 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta zieleni i geologii	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem pełnym zieleni	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	38,1%	↑

	Liczba turystów odwiedzających Kadzielnę (rezerwat, park, amfiteatr, jaskinie i tyrolka), Wietrznę (rezerwat wraz z Centrum Geoedukacji w Kielcach), Ślichowice (rezerwat wraz ze ścieżką edukacyjną) oraz Ogród Botaniczny	Geonatura Kielce	556 078	↑
	Przynależność Geoparku Świętokrzyskiego do Światowej Sieni Geoparków UNESCO	Geopark Świętokrzyski i Geonatura Kielce	Tak	↔
Cel operacyjny 1.2 Zwiększenie rozpoznawalności najbardziej znanych atrakcji turystycznych Kielc i okolic	Suma turystów krajowych odwiedzających atrakcje w Kielcach: Muzeum Zabawek i Zabawy w Kielcach, Muzeum Historii Kielc, Muzeum Hammonda, Energetyczne Centrum Nauki Kieleckiego Parku Technologicznego, Wietrznę (rezerwat wraz z Centrum Geoedukacji w Kielcach), Kadzielnę (Park, Amfiteatr, Jaskinie i Tyrolka), Ślichowice (rezerwat wraz ze ścieżką edukacyjną), Ogród Botaniczny, Ośrodek Myśli Patriotycznej i Obywatelskiej (Wzgórze Zamkowe) oraz Instytut Dizajnu (Wzgórze Zamkowe)	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	693 342	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan potrafiących wskazać najważniejsze atrakcje turystyczne w okolicy	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	94,6%	↑
	Statystyka odwiedzin turystów w Regionalnym Centrum Informacji Turystycznej w Kielcach	RCIT / ROTWŚ	5 089	↑
Cel operacyjny 1.3 Zwiększenie stopnia wykorzystania kieleckiej oferty rekreacyjnej	Odsetek kielczanek i kielczan uczestniczących w wydarzeniach organizowanych w mieście (kulturalnych, rekreacyjno-sportowych, obchodach świąt etc.)	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	84,1%	↑
Cel operacyjny 1.4 Zintegrowanie oferty turystycznej Kielc oraz okolicznych gmin	Liczba partnerów uczestniczących w projekcie „Kielce - Raj dla dzieci”	Turystyka / UM Kielce	78	↑
	Przynależność Geoparku Świętokrzyskiego do Światowej Sieni Geoparków UNESCO	Geopark Świętokrzyski i Geonatura Kielce	Tak	↔

Cel operacyjny 1.5 Rozwinięcie infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej	Długość ścieżek i pasów rowerowych na 100 000 mieszkańców	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	43 234	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem atrakcyjnym turystycznie	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	56,5%	↑
FILAR - MIASTO PERSPEKTYW GOSPODARCZYCH WSKAŹNIKI MONITORINGU STRATEGII DLA CELU STRATEGICZNEGO NR 2 - PROMOWANIE ATRAKCYJNOŚCI MIASTA WŚRÓD INWESTORÓW I ŚWIADCZENIE NOWOCZESNYCH USŁUG DLA BIZNESU				
CEL STRATEGICZNY 2 Promowanie atrakcyjności miasta wśród inwestorów i świadczenie nowoczesnych usług dla biznesu	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że w mieście Kielce chętnie inwestują przedsiębiorcy	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	6,2%	↑
	Liczba zapytań i wniosków od potencjalnych inwestorów zainteresowanych działalnością w mieście	COI / UM Kielce	52	↑
Cel operacyjny 2.1 Rozbudowanie, integrowanie oraz promowanie oferty inwestycyjnej Kielc i Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego	Liczba ofert Kieleckiego Obszaru Funkcjonalnego (KOF) w Bazie Nieruchomości Inwestycyjnych	COI / UM Kielce	63	↑
	Liczba wydarzeń, na których jest promowana oferta inwestycyjna	COI / UM Kielce	48	↑
Cel operacyjny 2.2 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta sprawnych usług	Odsetek kielczanek i kielczan postrzegających Kielce jako miasto sprawnych usług publicznych	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	11,6%	↑

wspierających działalność biznesową	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem wspierającym przedsiębiorców lokalnych i inwestorów	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	3,2%	↑
	Liczba dashboardów w portalu „Zoom na Kielce” służącym monitorowaniu usług i rozwoju Kielc poprzez prezentację danych z różnych obszarów	Smart City / UM Kielce	-	↑
Cel operacyjny 2.3 Promowanie postaw proprzedsiębiorczych wśród mieszkańców	Liczba firm	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	30 766	↑
	Liczba inicjatyw ukierunkowanych na promocję postaw przedsiębiorczych	COI / UM Kielce	6	↔
FILAR - MIASTO WYDARZEŃ I SPORTU WSKAŹNIKI MONITORINGU STRATEGII DLA CELU STRATEGICZNEGO NR 3 - WSPIERANIE I PROMOWANIE ORGANIZOWANYCH WYDARZEŃ ORAZ KIELECKIEGO SPORTU				
CEL STRATEGICZNY 3 Wspieranie i promowanie organizowanych wydarzeń oraz kieleckiego sportu	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem o bogatej ofercie kulturalnej i sportowej	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	38,5%	↑
	Liczba projektów promocyjnych zgłoszonych do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba podmiotów zgłaszających projekty promocyjne do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
Cel operacyjny 3.1 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta targowego	Liczba wydarzeń targowych w Targach Kielce	Targi Kielce	31	↑
	Liczba wystawców w Targach Kielce	Targi Kielce	2 600	↑
	Liczba gości w Targach Kielce	Targi Kielce	313 000	↑
Cel operacyjny 3.2 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta licznych wydarzeń	Roczna liczba wydarzeń kulturalnych	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	359	↑

	Odsetek kielczanek i kielczan uczestniczących w wydarzeniach organizowanych w mieście (kulturalnych, rekreacyjno-sportowych, obchodach świąt etc.)	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	84,1%	↑
Cel operacyjny 3.3 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta dobrego do organizacji wydarzeń	Liczba projektów promocyjnych zgłoszonych do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba podmiotów zgłaszających projekty promocyjne do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
Cel operacyjny 3.4 Promowanie kieleckiego sportu i sportowców	Liczba wszystkich obiektów sportowych na 100 000 mieszkańców	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	123	↑
	Liczba sportowców, którzy otrzymali stypendia za osiągnięcia sportowe	Sport / UM Kielce	200	↑
	Liczba zawodników i trenerów, którzy otrzymali nagrody za osiągnięcia sportowe	Sport / UM Kielce	346	↑
	Liczba punktów uzyskanych w systemie sportu młodzieżowego przez 10 najlepszych klubów sportowych - laureatów nagrody „Laur sportu”	Sport / UM Kielce	1017,93	↑
Cel operacyjny 3.5 Organizowanie, współorganizowanie i wspieranie wydarzeń promujących Kielce	Liczba projektów promocyjnych zgłoszonych do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba podmiotów zgłaszających projekty promocyjne do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba patronatów honorowych Prezydenta Miasta Kielce	Biuro Prasowe / UM Kielce	232	↑
FILAR - MIASTO KOMPLETNE WSKAŹNIKI MONITORINGU STRATEGII DLA CELU STRATEGICZNEGO NR 4 - PROMOWANIE ROSNĄCEJ JAKOŚCI ŻYCIA W KIELCACH				
CEL STRATEGICZNY 4 Promowanie rosnącej jakości życia w Kielcach	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że w ostatnim roku warunki do życia w Mieście Kielce poprawiły się	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	6,6%	↑

Cel operacyjny 4.1 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta wygodnego, kompaktowego i zielonego	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem atrakcyjnym wizualnie	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	29,0%	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem pełnym zieleni	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	38,1%	↑
Cel operacyjny 4.2 Umocnienie wizerunku Kielc jako miasta bogatej oferty kulturalnej, edukacyjnej i rozwojowej	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że na terenie Kielc mogą rozwijać się zawodowo	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	26,5%	↑
Cel operacyjny 4.3 Usprawnienie organizacji systemu promocji miasta	Liczba projektów promocyjnych zgłoszonych do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba podmiotów zgłaszających projekty promocyjne do corocznego „Planu promocji Miasta Kielce”	Promocja / UM Kielce	-	↑
	Liczba wypożyczeń systemu promocyjnego	Promocja / UM Kielce	92	↑
	Liczba projektów materiałów graficznych będących elementami działań promocyjnych i informacyjnych Miasta Kielce przesłanych do akceptacji poprzez platformę elektroniczną Systemu Koordynacji Promocji Miasta Kielce	Promocja / UM Kielce	-	↑
Cel operacyjny 4.4 Usprawnienie komunikacji UM Kielce z mieszkańcami i odwiedzającymi miasto	Frekwencja w ramach Kieleckiego Budżetu Obywatelskiego	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	7,7%	↑
	Liczba osób, które zagłosowały w ramach Kieleckiego Budżetu Obywatelskiego	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	14 173	↑

	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Urząd Miasta Kielce osiągnął wysoki poziom obsługi mieszkańców	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	11,6%	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Urząd Miasta Kielce stwarza warunki do współpracy na rzecz rozwoju miasta	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	5,9%	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że mają możliwości, by wypowiedać się na temat ważnych zagadnień dotyczących miasta	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	35,0%	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan, którzy załatwiali jakąś sprawę w Urzędzie Miasta Kielce drogą elektroniczną (przez Internet)	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	42,3%	↑
Cel operacyjny 4.5 Umacnianie wizerunku Kielc jako miasta sprzyjającego talentom	Liczba złożonych wniosków przez maturzystów uczestniczących w Programie Stypendialnym Miasta Kielce	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	81	↑
	Liczba przyznanych stypendiów w Międzynarodowym Programie Stypendialnym Miasta Kielce	Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	76	↑
	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że Kielce są miastem przyjaznym rozwojowi osobistemu i edukowania się	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	20,9%	↑

	Odsetek kielczanek i kielczan uważających, że na terenie Kielc mogą rozwijać się zawodowo	Ankieta / Wskaźniki do monitoringu „Strategii rozwoju Miasta Kielce 2030+ w kierunku Smart City” / UM Kielce	26,5%	↑
	Liczba uczniów szkół podstawowych, ponadpodstawowych oraz studentów biorących udział w teście informatycznym w ramach Kieleckich Dni Informatyki	COI / UM Kielce	-	↑