

Protokół nr 12/2019
z posiedzenia Komisji Rewizyjnej Rady Miasta odbytego
w dniu 11 grudnia 2019 r.

Obecni:

Członkowie Komisji oraz osoby zaproszone zgodnie z załączonymi listami obecności.

Temat posiedzenia

1. Przyjęcie porządku obrad.
2. Zatwierdzenie protokołu nr 11/2019 z dnia ~~11 grudnia~~ 20 listopada 2019 r. *20 listopada*
3. Promocja miasta oraz współpraca z potencjalnymi inwestorami.
4. Głosowanie nad projektem uchwały nr 1 i 2/XVI/2019 r.
5. Plan Pracy i Kontroli na I półrocze 2020 r
6. Kontrola poprawności funkcjonowania Przedszkola nr 11- komisja wyjazdowa.

Ad. 1.

Komisja przyjęła porządek obrad

Głosowanie: za – 4, przeciw – 0, wstrzymało się – 0.

Ad. 2

Komisja przyjęła protokół nr 11/2019 z dnia 20 listopada 2019 r.

Głosowanie: za – 4, przeciw – 0, wstrzym. - 0.

Ad. 3

Komisja po zapoznaniu się z materiałem na temat „Promocja miasta oraz współpraca z potencjalnymi inwestorami” wysłuchała zaproszonych: Pana Piotra Kochanka Rzecznika Prasowego, Pana Jakuba Nowaka Kierownika Biura Obsługi Inwestora, Pana Adriana Merty Kierownika Biura Prasowego.

Komisja stwierdziła, iż powyższy materiał został rzetelnie przygotowany i przeprowadziła dyskusję.

/ materiał stanowi załącznik protokołu/

Ad. 4

Komisja przeprowadziła głosowanie nad poniższymi projektami uchwał, które zostały zaopiniowane na poprzedniej komisji tj. w dniu 20 listopada 2019 r.

1/XVI/2019 – uchwalenia wieloletniej prognozy finansowej na lata 2020-2038

Głosowanie: za – 4, przeciw – 0, wstrzym. - 0.

2/XVI/2010 – uchwalenia budżetu miasta na 2020 rok.

Głosowanie: za – 4, przeciw – 0, wstrzym. - 0.

Ad. 5

Komisja opracowała Plan Pracy i Kontroli wraz z terminarzem na I półrocze 2020 r.

Głosowanie: za – 3, przeciw – 0, wstrzym. - 1.

/ww. stanowi załącznik protokołu/

Ad. 6.

W dniu 11 grudnia 2019 r. Komisja odbyła posiedzenie w Przedszkolu nr 11 w Siemianowicach Śląskich przy ul. Słowackiego 5, gdzie zgodnie z Planem Pracy i Kontroli na II półrocze 2019 r. oraz pismem o przesunięciu kontroli z dnia 20.11.2019 r. przeprowadziła kontrolę.

Komisja zapoznała się z dokumentacją i przygotowanym materiałem.

W posiedzeniu wzięła udział Dyrektor Przedszkola nr 11 Pani Beata Szymczak, która udzieliła wyjaśnień i odpowiedzi na zapytania radnych.

Z kontroli zostało sporządzone sprawozdanie stanowiące załącznik niniejszego protokołu

Ad. 7

Spraw bieżących nie zgłoszono.

**Przewodniczący
Komisji Rewizyjnej**


Marcin Janota



Siemianowice Śląskie, 12.11.2019 r.

Promocja miasta oraz współpraca z potencjalnymi inwestorami
- materiał informacyjny dla członków Komisji Rewizyjnej
Rady Miasta Siemianowic Śląskich

Opracowanie:

Biuro Prasowe oraz Biuro Obsługi Inwestora

Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie



Założenia działań promocyjnych miasta Siemianowice Śląskie

Punktem wyjścia do podejmowanych działań promocyjnych w mieście jest przeprowadzona, wspólnie z lokalnymi interesariuszami, analiza kluczowych atutów oraz szans rozwojowych miasta, podczas warsztatów strategicznych, realizowanych przy okazji tworzenia Strategii Rozwoju Siemianowic Śląskich do 2030 r. Opinie zebrane w ich trakcie oraz za pomocą szeroko zakrojonych badań ankietowych pozwoliły ustalić swoisty katalog pozytywnych czynników, unikatowych cech, walorów oraz potencjałów charakteryzujących nasze miasto. Wskazane przez cztery kluczowe grupy użytkowników miasta (sektor publiczny, przedsiębiorcy, organizacje pozarządowe i lokalni liderzy, młodzież) główne atuty to przede wszystkim:

- doskonała lokalizacja w centrum Metropolii Śląsko-Zagłębiowskiej wraz z dobrą infrastrukturą komunikacyjną z innymi miastami i szybkim połączeniem z międzynarodowym lotniskiem w Pyrzowicach
- dużo zieleni oraz miejsc do rekreacji i wypoczynku dla różnych grup wiekowych
- liczne tereny (w tym przemysłowe) do zagospodarowania jako lokalizacja przyszłych inwestycji dla biznesu, budownictwa czy miejsc rekreacji
- bogata i wciąż rozwijająca się infrastruktura sportowo-rekreacyjna
- szeroka oferta kulturalna i atrakcyjne obiekty kulturalne
- poprawa i rozwój infrastruktury technicznej, zwłaszcza drogowej
- kapitał ludzki i poprawa sytuacji na rynku pracy
- rozwijająca się oferta edukacyjna w szkołach, zwłaszcza w szkołach branżowych (klasy patronackie)
- znane w kraju siemianowickie marki (Rosomak, Centrum Leczenia Oparzeń) oraz międzynarodowe firmy działające w mieście (Aperam, Brand Springs).

Obok rozpoznania mocnych stron miasta i szans rozwojowych ważne było także ustalenie jego tożsamości czyli zbioru pewnych unikatowych idei i wartości wynikających z kultury, tradycji czy doświadczenia. W tym kontekście to, co wyróżnia Siemianowice Śląskie, to z pewnością wciąż żywa i pielęgnowana wśród mieszkańców *śląskość*. To mocno zakorzeniony tutaj etos pracy, silne poczucie wartości jaką stanowi rodzina, a także wspólnota sąsiedzka, wiara i dążenie do pokonywania wszelkich trudności. Te właśnie silne podstawy były motorem stopniowego wychodzenia z kryzysu jaki dotknął miasto na przełomie wieków



wraz z trudną transformacją ustrojowo-gospodarczą, która zmiotła z gospodarczego krajobrazu największe zakłady pracy: hutę i kopalnię. Adoptowanie się do nowej rzeczywistości wymagało siły charakteru i samozaparć samych mieszkańców miasta, pokazując jednocześnie ich dynamizm i chęć do zmiany na lepsze. Dlatego też to oni w prowadzonej przez władze miasta polityce rozwojowej stanowią, obok środowiska biznesu, główną grupę interesariuszy i swoiste *dobro* miasta.

Ten zbiór cech opisujących tożsamość miejsca był esencją opracowanego bez mała dekadę temu, gdy Siemianowice Śląskie dopiero wkraczały na drogę ponownego rozwoju, hasła promocyjnego „Siemianowice dobre, bo śląskie”, które do teraz jest używane jako nazwa miejskiego profilu na Facebooku. Jednak wraz z zachodzącymi zmianami, tak w mieście jak i otoczeniu, pojawiła się potrzeba wypracowania nowego wizerunku i zbudowania silnej marki miasta.

Koncepcja miasta przyjaznego

W trakcie opracowywania Strategii Rozwoju wykrystalizował się katalog potrzeb i warunków ze wszystkich dziedzin życia społecznego, których zaspokojenie można zamknąć w idei *miasta przyjaznego*. Idea ta zawiera w sobie: otwartość, empatię, gotowość do dialogu, wysłuchania i poszanowania wzajemnych potrzeb, współtworzenia wspólnej przestrzeni publicznej przyjaznej każdemu członkowi lokalnej społeczności. Z tego wynika założenie, że tylko partnerska współpraca na linii mieszkańiec – gmina może być przyczynkiem do budowania trwałych relacji prowadzących do zrównoważonego rozwoju miasta. Taka koncepcja wpisuje się także wprost w ideę *smart city* czy szerzej w ideę *miasta kreatywnego*, czyli takiego modelu miejskiego, w którym główny nacisk kładzie się na inwestycje w kapitał ludzki i społeczny oraz podnoszenie jakości życia, przy jednoczesnym wykorzystaniu nowoczesnych technologii nie naruszających zasobów naturalnych.

Miasto na całe życie

Określone w Strategii priorytety i wynikające z nich cele strategiczne są osią podejmowanych przedsięwzięć w urzędzie miasta, jako organu odpowiedzialnego za administracyjną obsługę gminy, w celu zbudowania w świadomości odbiorców pożądanego wizerunku miasta, opartych o tożsamość miasta i wykorzystujących zdiagnozowane i opisane atuty oraz atrybuty jakimi charakteryzują się Siemianowice Śląskie. W ramach tych szeroko pojętych działań



marketingu terytorialnego chodzi o wykreowanie trwałej marki miasta opartej na wspomnianej wcześniej koncepcji *miasta przyjaznego*, miasta zaspokajającego potrzeby swoich mieszkańców w zakresie mieszkania, pracy, edukacji, zdrowia i rekreacji, kompaktowego, ukierunkowanego na stabilny, zrównoważony rozwój, miasta w którym po prostu dobrze i wygodnie się żyje. W tych założeniach ważną rolę odgrywa także pozycja jaką Siemianowice Śląskie mogą pełnić w swoim otoczeniu. Mowa tutaj o pełnieniu funkcji komplementarnych, zwłaszcza wobec najbliższego i najważniejszego sąsiada jakim jest stolica Metropolii – miasto Katowice. Na tym tle Siemianowice mogą się pozycjonować jako miejsce mogące konkurować wysoką atrakcyjnością i łatwą dostępnością przestrzeni do aktywnego spędzania wolnego czasu w kontakcie z przyrodą, zachowującego śląskie wartości i tradycje, zwłaszcza te związane z rodziną i wspólnotą, jako depozytu ważnego dla miasta, Metropolii i całego regionu, stale inwestującego w potrzeby osób w każdym wieku, z bogatą ofertą edukacyjną, sportową i kulturalną oraz przyjaznym środowiskiem dla rozwijania biznesu. Te wszystkie marketingowe zabiegi spaja wykreowane, jako pokłosie przyjętej Strategii, przewodnie hasło promocyjne, *tagline* miasta:

Siemianowice Śląskie – na weekend i na całe życie

które w sposób zwięzły i przejrzysty podkreśla te walory miasta, które mogą stanowić dla odbiorcy jasny komunikat, że tutaj zrealizuje swoją potrzebę przyjaznego spędzenia wolnego czasu, ale także, że to miejsce spełni obietnicę miasta godnego do zamieszkania, przynoszącego korzyści jego „użytkownikom”.

Obszary działań promocyjnych

1. Mieszkańcy miasta

Jak już zostało wspomniane, główną grupą interesariuszy, w podejmowanych przez wszystkie jednostki miejskie działaniach marketingowych, są mieszkańcy miasta, którzy sami współtworząc ideę *miasta przyjaznego*, mogą stać się najlepszymi ambasadorami miejskiej marki na zewnątrz. Prowadzony z nimi dialog jest ważnym elementem wymiany myśli i stałej kontroli oczekiwań płynących z otoczenia, służącej do precyzyjniejszego planowania bądź modyfikacji realizowanych przez miasto przedsięwzięć. Takim forum niewątpliwie jest przeprowadzany od wielu lat Budżet Obywatelski, w którym siemianowiczanie sami zgłaszają i wybierają inwestycje realizowane w mieście oraz cykliczne spotkania prezydenta miasta i zarządu z mieszkańcami. To także organizacja jednej z edycji prowadzonej przez



Gazetę Wyborczą akcji „Miasto Idei”, w trakcie której odbyły się warsztaty z mieszkańcami oraz przedstawicielami biznesu, gdzie dyskutowane były właśnie ich potrzeby i zastanawiano się, co należy zrobić, aby Siemianowice Śląskie stały się miastem na całe życie. Podobny, warsztatowy charakter miał przeprowadzony dwudniowy kreatywny campus SMART CAMP „Przestrzeń kreacji – Kreacja przestrzeni”, wspierający rozwój idei *smart city*, twórczego myślenia i projektowania przestrzeni publicznej przez mieszkańców i organizacje pozarządowe, podczas którego tematyką miejskiego *design'u* zajmowali się nie tylko dorośli mieszkańcy, ale również dzieci i młodzież.

Wspieraniu zawiązywania więzi międzypokoleniowych służą także wszelkie akcje zorientowane na Seniorów, których finałem są organizowane corocznie kilkudniowe Senioralia. Z kolei dla młodzieży szkolnej od kilku lat przeprowadzany jest cieszący się coraz większą popularnością Siemianowicki Turniej E-sportowy, podczas którego w grach komputerowych rywalizują nie tylko uczniowie z siemianowickich szkół, ale także młodzież z całej Polski.

Podtrzymywaniu i rozwijaniu relacji sąsiedzkich służą z kolei organizowane pikniki w rewitalizowanych bądź oddawanych do użytku nowych przestrzeniach publicznych, jak skwery czy zieleńce, z placami zabaw, małą architekturą, elementami wypoczynkowymi czy siłowniami na wolnym powietrzu. Ma to ścisły związek z pielęgnowaniem, wpisanych w naszą tożsamość, tradycji śląskich podwórek, gdzie po pracy mieszkańcy kamienicy czy osiedla spotykali się i zacieśniali sąsiedzkie więzi.

Ważnym elementem przedsięwzięć promocyjnych skierowanych do mieszkańców są także kampanie edukacyjne, jak chociażby Piknik Komunikacyjny, realizowany w ramach Europejskiego Tygodnia Zrównoważonego Transportu czy kampanie upowszechniające wiedzę na temat właściwego segregowania śmieci oraz zachowania porządku i czystości w mieście.

Sama edukacja i system szkolnictwa w naszym mieście również stały się przedmiotem szeroko zakrojonej kampanii promocyjnej, skierowanej do absolwentów szkół podstawowych. Miała ona charakter ponadlokalny, gdyż kierowana była także to uczniów z miast ościennych. Siemianowickie placówki oświatowe dysponują coraz szerszym wachlarzem edukacyjnych możliwości, powstają nowe kierunki w szkołach średnich, rozwija się z powodzeniem szkolnictwo branżowe, a w jego ramach tworzone są szkoły patronackie. Często jednak wiedza o tym, co oferuje siemianowicki system edukacji, nie dociera do młodych ludzi i ich rodziców, stąd potrzeba większego zaangażowania na tym polu.

Stale natomiast podejmowane są działania związane z promocją licznych wydarzeń



kulturalno-sportowych, których rocznie odbywa się w naszym mieście paręset, z Dniami Siemianowic czy wspomnianymi wcześniej Senioraliami na czele oraz promocją nowych inwestycji miejskich, zwłaszcza tych, wzbogacających ofertę rekreacyjną czy związanych z ulepszeniem infrastruktury miejskiej.

2. Biznes i inwestorzy

Obok mieszkańców główną grupą odbiorców do jakich skierowana jest miejska oferta promocyjna stanowią przedstawiciele biznesu. Do ich obsługi w siemianowickim magistracie została powołana specjalna komórka – Biuro Obsługi Inwestora i to do jej zadań należy stworzenie przyjaznego klimatu dla przedsiębiorców i potencjalnych inwestorów. O szczegółowych działaniach podejmowanych przez BOI w dalszej części niniejszego opracowania.

3. Otoczenie miasta

Komunikacja wizerunku i tworzonej marki miasta jest również skierowana do otoczenia zewnętrznego. Głównymi kanałami dystrybucji informacji o mieście są miejskie media elektroniczne: strona internetowa, fanpage na Facebook'u oraz profil Instagramowy. Niezmiernie ważną rolę w tym procesie odgrywają także działania *piarowe*, skoncentrowane głównie na lokalnych i regionalnych mediach. Na stałe współpracujemy z Radiem Piekary i Radiem Katowice, które mają najlepszą słuchalność w regionie oraz z gazetą Goniec Górnos Śląski. Ściśle współpracujemy także z rozgłośniami: Radio Zet, Antyradio, RMF Maxxx, Radio eM oraz TVP3 i Gazetą Wyborczą. Podejmowanie kontaktów i obsługa mediów zewnętrznych leżą głównie w kompetencjach Rzecznika Prasowego wspieranego przez Biuro Prasowe.

Źródłem informacji o mieście dla mieszkańców czy inwestorów spoza miasta są także dystrybuowane wśród nich materiały w postaci folderów reklamowych, wydawnictw o mieście prezentujących siemianowickie perełki architektoniczne z jednej strony czy ofertę inwestycyjną z drugiej. To także filmy promocyjne przedstawiające walory Siemianowic oraz udział w znaczących imprezach kulturalno-sportowych o zasięgu krajowym i międzynarodowym, jak Industriada, Tour de Pologne czy Silesia Marathon. Ważną rolę promocyjną skierowaną na zewnątrz ma również udział w jednej z największych imprez biznesowych w tej części kontynentu jaką jest Europejski Kongres Gospodarczy oraz wystawianie swojego stoiska podczas targów turystycznych.



W budowaniu dobrego wizerunku miasta pomocne są także, rozdawane podczas różnych imprez miejskich, gościom odwiedzającym Ratusz czy osobom z zewnątrz współpracującym z siemianowickim samorządem, atrakcyjnych gadżetów reklamowych oraz pamiątek.

Kanały i instrumenty promocji miasta

Koordynatorem działań marketingowych podejmowanych w siemianowickim samorządzie jest Biuro Prasowe Urzędu Miasta. Ono realizuje wprost zapisy wynikające z ustawy o samorządzie gminnym, mówiące o zadaniach własnych gminy, do których należy także promocja miasta. Tutaj też znajduje się budżet na realizację projektów promocyjnych i PR, których zadaniem jest komunikowanie na zewnątrz tych elementów realizowanej Strategii Rozwoju Miasta, jakie wprost przyczyniają się do budowania pozytywnego wizerunku miasta i budowania jego trwałej marki.

Podejmowane w Biurze Prasowym działania mają bardzo szeroki wachlarz: od pojedynczych akcji promocyjnych jakiegoś wydarzenia czy zrealizowanej inwestycji do wielokanałowej kampanii reklamowej wykorzystującej różne instrumenty promotion-mix, zarówno te tradycyjne jak i nowoczesne, bazujące na mediach elektronicznych. To w tej komórce powstają wszelkie treści i materiały tworzone z myślą o promocji skierowanej do mieszkańców, przedsiębiorców, potencjalnych inwestorów czy przyjezdnych i turystów.

Do wykorzystywanego w pracy Biura Prasowego instrumentarium należą:

- redagowanie i wydawanie gazety samorządowej Głos Miasta dystrybuowanej do wszystkich mieszkańców miasta
- miejski portal internetowy
- miejski profil w mediach społecznościowych: Facebook, Instagram
- kampanie reklamowe w mediach elektronicznych (FB, Google Ads)
- bramka SMS, za pomocą której przekazywane są zarejestrowanym użytkownikom informacje na temat ważnych wydarzeń w mieście oraz informacje o ewentualnych zagrożeniach (alerty)
- publikacje książkowe o mieście
- foldery promocyjne i ulotki
- prospekty inwestycyjne
- plakaty promujące wydarzenia kulturalno-sportowe oraz propagujące akcje edukacyjne
- zaproszenia na wydarzenia, eventy
- okolicznościowe kartki pocztowe, kolorowanki dla dzieci



- filmy promocyjne
- banery reklamowe, rollup'y
- reklama radiowa, telewizyjna i prasowa
- reklama na środkach komunikacji zbiorowej
- stoiska wystawiennicze na targach, kongresach
- przygotowywanie projektów graficznych

Podsumowanie

Proces projektowania, planowania i opracowywania działań promocyjnych, których głównym zadaniem jest komunikowanie tworzonej marki, budowanej na zdiagnozowanych w trakcie badań atutach i atrybutach miasta oraz określonej jego tożsamości, ma na celu wytworzenie u odbiorców pożądanego wizerunku miejsca. Wdrażane w życie i realizowane cele zawarte w Strategii Rozwoju dają gwarancję, że kierowany do odbiorców przekaz promocyjny jest wiarygodny i daje realne szanse na zaspokojenie ich potrzeb. Tym samym idea *miasta na całe życie* oparta o koncepcję *miasta przyjaznego* różnym grupom interesu jest właściwym dopełnieniem i zamknięciem określonych w Strategii priorytetów.

Analizując dotychczasowe działania promocyjne należy stwierdzić, że wraz ze wzrostem znaczenia mediów elektronicznych, jako kanałów dystrybucji treści reklamowych, większą uwagę w planowaniu przyszłych przedsięwzięć należy poświęcić właśnie tym mediom. Jak pokazują liczne badania reklama w Google Ads czy w mediach społecznościowych jak Facebook czy YouTube, dociera do znacznego grona odbiorców przy relatywnie niskich nakładach względem tradycyjnych kanałów promocyjnych.

Ważnym elementem budowania wizerunku miejsca będzie także skupienie większej uwagi na ujednoczeniu identyfikacji wizualnej miasta i opracowanie księgi znaku. Konieczna jest także zmiana strony internetowej, która mimo, że została wdrożona ledwie kilka lat temu, to w dobie szybkiego rozwoju technologii informatycznych, jest już przestarzała i nie spełnia podstawowego obecnie kryterium jakim jest jej responsywność, czyli przystosowanie do wyświetlania na urządzeniach mobilnych. Zbudowanie takiej strony jest wpisane w projekt budowy platformy Banku Danych o Mieście, która będzie dofinansowana ze środków Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju.

Opracowanie:

Biuro Prasowe Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie



Współpraca z potencjalnymi inwestorami

Działania Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie w kontekście współpracy z potencjalnymi inwestorami grupują się w czterech obszarach:

1. Przyciąganie zewnętrznego kapitału,
2. Stwarzanie warunków rozwoju siemianowickich firm,
3. Wspieranie idei samozatrudnienia,
4. Obsługa Rady Gospodarczej przy Prezydencie Miasta.

Przyciąganie zewnętrznego kapitału

Opis działań:

1. Promocja terenów inwestycyjnych. W tym celu wydaliśmy w 2015 r. Siemianowicki Przewodnik Inwestycyjny, a jego kolejną edycję w 2019 r. Zawierają one informacje o terenach inwestycyjnych, projektach skierowanych do przedsiębiorców oraz wprowadzonych mechanizmach ułatwiający współpracę na linii samorząd – biznes.

Od 2016 roku promujemy nasze tereny inwestycyjne poza granicami miasta z wykorzystaniem takich nośników jak billboardy, media społecznościowe czy portale internetowe. Organizowaliśmy również w Ratuszu prezentacje nieruchomości przeznaczonych na sprzedaż dla firm z całego kraju. Kompleksowe informacje udzielamy także osobom i podmiotom zgłaszającym się bezpośrednio do Biura Obsługi Inwestora. Informacje o nieruchomościach przeznaczonych na sprzedaż są przygotowywane zgodnie z wymogami Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. Dokładna specyfika nieruchomości znajduje się na stronie Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie (www.invest.siemianowice.pl) oraz Urzędu Marszałkowskiego woj. śląskiego.

W 2016 roku Wydział Nieruchomości z którym współpracuje Biuro Obsługi Inwestora sprzedał 13 działek, a kwota uzyskana w wyniku przetargów to 2.175.600,00 zł.

W 2017 roku sprzedano 3 działki za kwotę 4.354.426,00 zł, a w 2018 roku 5 działek za kwotę 7.598.202,00 zł.



W lutym 2017 r. uruchomiliśmy profil na facebook-u „Invest in Siemianowice Śląskie”, a w 2019 r. na portalu LinkedIn. Za ich pośrednictwem docieramy do potencjalnych inwestorów oraz firm lokalnych.

W sierpniu 2017 r. uruchomiliśmy specjalną stronę internetową przeznaczoną dla przedsiębiorców – www.invest.siemianowice.pl na której znajdują się wszelkie informacje przydatne osobom prowadzącym działalność gospodarczą. Strona została stworzona w oparciu o zalecenia *Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu*.

2. Bezpośrednie spotkania z potencjalnymi inwestorami. Kompleksowo informujemy zainteresowane firmy o możliwościach jakie daje miasto. W tym krótki okres oczekiwania na wydanie pozwolenia na budowę lub bezzwłoczne wszczęcie i procedowanie zmian w Miejscowym Planie Zagospodarowania Przestrzennego. Pośredniczymy również w kontaktach firm z pozostałymi komórkami organizacyjnymi Urzędu Miasta.
3. Systematycznie bierzemy udział w targach zewnętrznych – takich jak np. Europejski Kongres Gospodarczy, czy Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Jednocześnie współpracujemy z Śląskim Urzędem Marszałkowskim oraz Górnośląsko- Zagłębiowską Metropolią przy organizacji targów międzynarodowych. Oba podmioty prezentują wskazane przez nas tereny inwestycyjne. Ostatnie takie targi miały miejsce w Monachium w październiku br., gdzie między innymi GZM przedstawiał nasze działki przy ul. Bytomskiej i Chemicznej.
4. Współpraca z komórkami organizacyjnymi Śląskiego Urzędu Marszałkowskiego oraz Górnośląsko Zagłębiowskiej Metropoli nie dotyczy jedynie prezentacji terenów inwestycyjnych, lecz również udziału w organizowanych przez nich szkoleniach i seminariach dot. np. standardów obsługi przedsiębiorcy. W ramach współpracy z miastami GZM wymieniamy się również doświadczeniami na polu tworzenia odpowiedniego klimatu do rozwoju przedsiębiorczości – czego przykładem jest wizyta robocza przedstawicieli miast aglomeracji śląskiej w Siemianowicach Śląskich, która miała miejsce w 2019 r. W jej ramach przedstawiliśmy formy wsparcia firm, tereny inwestycyjne, a także wizytowaliśmy siemianowickie zakłady pracy.
5. W 2016 i 2017 r. na turnieju golfowym Silesia Golf Cup prezentowano walory gospodarcze gminy.



Stwarzanie warunków rozwoju lokalnych firm

Opis działań:

1. W drodze rozmów z przedsiębiorcami przedkładaliśmy wnioski o zmianę Miejscowego Planu Zagospodarowania Przestrzennego – zmiany umożliwiają dalszy rozwój zainteresowanych podmiotów.
2. Współpraca z firmami z branży budowlanej/developerskiej. W 2016 roku wraz z firmami developerskimi i biurami nieruchomości braliśmy udział w Targach Nieruchomości w Katowicach. Na zaproszenie Miasta odpowiedziało 5 firm działających na terenie Siemianowic. Na targach reklamowaliśmy atuty Siemianowic Śląskich, a przedsiębiorcy zachęcali do zainteresowania się ich produktami. Jest to przykład wspólnego działania, dającego korzyści każdej ze stron biorącej w tym udział.

W tym roku rozpoczęliśmy przygotowania do wspólnego projektu z firmami developerskimi działającymi na terenie miasta, dot. wykorzystania narzędzia internetowego google maps. W ramach projektu chcemy zaprezentować mieszkańcom woj. śląskiego platformę, na której będzie można obejrzeć wszystkie inwestycje mieszkaniowe oraz zalety naszego miasta jako miejsca zamieszkania.

3. Organizacja spotkań, seminariów i szkoleń dla przedsiębiorców. Wydarzenia te organizujemy średnio co jeden lub dwa miesiące. Ostatnie ze szkoleń odbyło się w październiku 2019 r i dotyczyło zagadnienia „Pracowniczych Planów Kapitałowych”. Część szkoleń adresowanych jest również do przedsiębiorców spoza Siemianowic Śląskich – jest to element budowania wizerunku gminy przyjaznej inwestorom. Część szkoleń udaje nam się zorganizować bezkosztowo.
4. Organizacja targów firm. W 2019 roku zorganizowaliśmy już czwarte targi firm, które tym razem były połączone z targami pracy przy współudziale Powiatowego Urzędu Pracy.
5. Śniadania biznesowe. Są to spotkania, które organizujemy w siemianowickich restauracjach lub obiektach użyteczności publicznej, na które zapraszamy przedsiębiorców – nie ograniczamy się jedynie do firm zlokalizowanych w Siemianowicach Śl. Jest to często spotykany model „networking-u” pomiędzy przedsiębiorcami, ale dopasowany do możliwości prawnych samorządu. Śniadania organizujemy średnio raz w miesiącu od 2016 roku.



6. W 2019 r. zorganizowaliśmy pierwsze śniadanie branżowe. W odróżnieniu od śniadań biznesowych ta formuła skierowania jest do firm zgromadzonych wokół jednej z branż – w tym wypadku była to branża budowlana.
7. Siemianowicka Karta Młodego Przedsiębiorcy. Stosowne zarządzenie regulujące ten projekt weszło w życie pod koniec 2016 r. Idea przedsięwzięcia jest podobna do „Siemianowickiej Karty Seniora 60+”. Przedsiębiorcy do 30 roku życia mogą skorzystać z ulg i zniżek zaoferowanych przez firmy działające na terenie gminy.
8. Ankiety ewaluacyjne. Po zakończeniu danego projektu, przedsiębiorcy mają możliwość wypowiedzenia się na temat danego wydarzenia i przedstawiania swoich uwag, które następnie służą nam do przygotowania oferty bardziej odpowiadającej firmom.
9. Nawiązujemy kontakty oraz organizujemy spotkania z właścicielami kluczowych dla miasta terenów (m.in. teren po byłej Hucie Jedność, Siemianowicki Park Biznesu).
10. Od 2017 roku Prezydent Miasta wręcza „Nagrody Gospodarcze Prezydenta Miasta” w 4 kategoriach: Pracodawca Roku, Przedsiębiorca Społecznie Zaangażowany, Nowatorskie rozwiązania, Firma Roku (laureatów wskazuje Kapitała konkursu oraz mieszkańcy Siemianowic Śląskich). W 2018 r. Prezydent Miasta wprowadził również nagrody specjalne.
11. Od grudnia 2017 roku do nowo otwieranych firm wysyłamy list z informacjami na jaką pomoc ze strony miasta mogą liczyć przedsiębiorcy.
12. W 2019 r. rozpoczęliśmy przygotowania do wydania katalogu „Usługi dla Seniora”. Katalog ma być zbiorem informacji na temat firm, których usługi lub produkty będą rabatowane dla seniorów z naszego miasta. Zakończył się już nabór firm, obecnie trwa proces przygotowania katalogu do druku.

Wspieranie idei samozatrudnienia

Opis działań:

1. Akademia Przedsiębiorczości. Jest to cykl półkolonii dla najzdolniejszych uczniów szkół podstawowych realizowany od 2016 r. W trakcie zajęć dzieci mają okazję poznać samodzielnie jak funkcjonują siemianowickie przedsiębiorstwa. W tym



- zakresie współpracujemy z MDK „Jordan” Dotychczas w akademii udział wzięło około 460 dzieci.
2. Współpracujemy z instytucjami publicznymi oraz organizacjami pozarządowymi w celu promocji samozatrudnienia (np. organizacja prelekcji podczas Targów Firm),
 3. Kolportujemy broszury i informatory zachęcające do otwarcia własnej działalności gospodarczej.
 4. Systematycznie przeprowadzamy od 2017 r. ankietę dotyczącą zapotrzebowania na poszczególne zawody wśród siemianowickich przedsiębiorców. Ankiety zostają wykorzystane przy zmianach związanych ze szkolnictwem zawodowym w naszym mieście.
 5. Od 2017 r. realizujemy konkurs „Firma na Start”. W jego ramach siemianowiccy uczniowie prezentują swoje pomysły na najciekawszy biznes.

Obsługa Rady Gospodarczej przy Prezydencie Miasta

Biuro Obsługi Inwestora jest odpowiedzialne za obsługę posiedzeń Rady Gospodarczej przy Prezydencie Miasta, która to w okresie swojej działalności zajmowała się następującymi tematami:

1. Rozmawiano o możliwości zniesienia zapisu uchwały uniemożliwiającej wykup lokalu użytkowego do momentu wykupu przez najemców 100% lokali mieszkalnych z gminnego zasobu, położonych w tej nieruchomości,
2. Zaproponowano wprowadzenie „Karty Siemianowickiego Przedsiębiorcy”. Dziś rozpoczyna funkcjonowanie Siemianowicka Karta Młodego Przedsiębiorcy,
3. Poruszono kwestię rozwoju mieszkalnictwa. W tym roku gmina sprzedała kilkanaście działek budowlanych pod mieszkalnictwo, a Biuro Obsługi Inwestora wraz z lokalnymi developerami prezentowało ofertę Siemianowic Śląskich na katowickich targach nieruchomości.
4. Najszerzej omawianą materią przez członków rady było szkolnictwo zawodowe dopasowane do wymogów rynku pracy, a co za tym idzie również doradztwo zawodowe w szkołach.
5. Jedno z posiedzeń Rady Gospodarczej dotyczyło rozwoju ciągów komunikacyjnych w Siemianowicach Śląskich. Rozmawiano zarówno o bieżących inwestycjach jak



- i projektach, które mogłyby zostać wdrożone w przyszłości. Przy tym temacie podnoszono potrzebę naszej współpracy z ościennymi miastami.
6. Na część posiedzeń rady byli zapraszani przedstawiciele spółdzielni mieszkaniowych funkcjonujących na terenie gminy. Takie poszerzone spotkania dają możliwość dokładniejszego omówienia dyskutowanych tematów. Spółdzielnie mieszkaniowe mają istotny wpływ na funkcjonowanie naszego miasta, głównie w kontekście lokalowym.
 7. Na potrzeby Rady Gospodarczej został sporządzony raport dot. struktury siemianowickich przedsiębiorstw.
 8. Członkowie Rady Gospodarczej brali udział w stworzeniu „Strategii Rozwoju Miasta Siemianowice Śląskie do 2030 r.”
 9. Omawiano możliwości budowy nowych ulic w Siemianowicach Śląskich w tym obwodnicy i łączników już istniejących dróg.

Przedstawione powyżej działania z jednej strony wprost odnoszą się do nawiązywania kontaktów z potencjalnymi inwestorami jak również do promocji gospodarczej naszego miasta poza jego granicami. Z drugiej strony przedstawione zostały działania, które mają ułatwić prowadzenie przedsiębiorstwa w Siemianowicach Śląskich, a pośrednio mają również wpływ na wybór naszego miasta jako lokalizacji prywatnych przedsięwzięć. Duży nacisk kładziemy na szybkie i fachowe przekazywanie informacji, czyli to o co najczęściej zabiegają przedsiębiorcy.

Opracowanie:

Biuro Obsługi Inwestora Urzędu Miasta Siemianowice Śląskie

KIEROWNIK
Biura Obsługi Inwestora

Jakub Nowak

KIEROWNIK
Biura Prasowego

Adrian Merta