

ZARZĄDZENIE Nr 47/2025
BURMISTRZA MIASTA PIONKI
z dnia 19 marca 2025

w sprawie wprowadzenia Regulaminu wydatków na promocję Miasta Pionki

Na podstawie art. 7 ust. 1 pkt 18), art. 30 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz.U. z 2024 r. poz. 1465 ze zm.), art. 44 ust. 1 pkt 2) ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 roku o finansach publicznych (Dz.U. z 2024 r. poz. 1530 ze zm.), art. 4 pkt 1) ustawy z dnia 11 września 2019 roku prawo zamówień publicznych (Dz.U. z 2024 r. poz. 1320 ze zm.) oraz na podstawie Zarządzenia Nr 141/2024 Burmistrza Miasta Pionki z dnia 30 sierpnia 2024 roku w sprawie zmiany Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Pionki, wprowadzonego Zarządzeniem Nr 23/2022 Burmistrza Miasta Pionki z dnia 1 marca 2022 roku w sprawie wprowadzenia Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Pionki, zarządzam co następuje:

§ 1.

Wprowadza się wewnętrzny regulamin określający zasady i procedury związane z wydatkowaniem środków publicznych w ramach działalności Samodzielnego Stanowiska ds. Promocji Miasta w Urzędzie Miasta Pionki.

§ 2.

Regulamin wydatków definiuje oraz systematyzuje zakres promocji miasta wg kategorii działalności promocji miasta.

§ 3.

Regulamin dotyczy wszystkich wydatków ponoszonych na cele związane z realizacją promocji miasta, w tym działań marketingowych, reklamowych, organizacyjnych oraz pozostałych związanych z promocją miasta.

§ 4.

Wykonanie Zarządzenia powierza się Sekretarzowi Urzędu Miasta Pionki.

§ 6.

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

BURMISTRZ MIASTA
(-) Łukasz Miśkiewicz

Regulamin wydatków na promocję Miasta Pionki

I. Postanowienia ogólne

1. Definicja promocji miasta

Promocja Miasta Pionki to zespół działań realizowanych przez Gminę Miasta Pionki mających na celu informowanie o walorach miasta, budowanie jego pozytywnego wizerunku oraz zachęcanie turystów, inwestorów i mieszkańców do korzystania z jego zasobów. Obejmuje komunikację z otoczeniem, wspieranie inicjatyw kulturalnych i gospodarczych oraz stosowanie narzędzi marketingowych służących rozwojowi miasta i wzmocnieniu jego atrakcyjności.

2. Zakres działalności promocji miasta

2.1. Komunikacja i media

- 1.1.1. Tworzenie harmonogramu publikacji treści promocyjnych i informacyjnych.
- 1.1.2. Aktywna obecność w mediach społecznościowych i prowadzenie kampanii informacyjnych.
- 1.1.3. Współpraca z mediami lokalnymi, regionalnymi i ogólnopolskimi w celu nagłaśniania ważnych inicjatyw.
- 1.1.4. Tworzenie i promowanie komunikacji społecznej.
- 1.1.5. Tworzenie biuletynów informacyjnych dla mieszkańców i gości.
- 1.1.6. Publikowanie artykułów sponsorowanych i wywiadów promujących miasto.
- 1.1.7. Obsługa miejskiej aplikacji mobilnej promującej atrakcje miasta, wydarzenia i usługi publiczne.
- 1.1.8. Regularna aktualizacja oficjalnej strony Urzędu Miasta.
- 1.1.9. Pozyskiwanie sponsorów do realizacji działań promocyjnych.
- 1.1.10.** Organizacja konkursów medialnych, np. na najlepsze zdjęcie miasta czy film promujący lokalne atrakcje.

2.2. Budowanie spójnej identyfikacji wizualnej dla materiałów promocyjnych i oznakowania turystycznego

- 2.2.1. Stworzenie kompleksowego systemu identyfikacji wizualnej.
- 2.2.2. Projektowanie materiałów promocyjnych zgodnie z identyfikacją wizualną.
- 2.2.3. Oznakowanie przestrzeni miejskiej i atrakcji turystycznych.
- 2.2.4. Personalizacja gadżetów promocyjnych.
- 2.2.5. Dostosowanie identyfikacji wizualnej do przestrzeni cyfrowej.

2.3. Promocja gospodarcza i inwestycyjna

- 2.3.1 Budowanie marki miasta jako miejsca przyjaznego dla przedsiębiorców i innowacji.
- 2.3.2 Tworzenie informatorów dla przedsiębiorców.

- 2.3.3 Organizacja spotkań i konferencji dla potencjalnych inwestorów.
- 2.3.4 Ułatwienia administracyjne i doradztwo dla firm chcących rozwijać działalność w mieście.
- 2.3.5 Współpraca z uczelniami i ośrodkami badawczymi.

2.4. Promocja turystyczna

- 2.4.1. Budowanie marki turystycznej miasta.
- 2.4.2. Tworzenie kompleksowych materiałów promujących atrakcje turystyczne miasta.
- 2.4.3. Współpraca z instytucjami kultury i lokalnymi artystami w celu organizacji wydarzeń.
- 2.4.4. Promowanie turystyki lokalnej i regionalnej.
- 2.4.5. Współpraca w zakresie organizacji wydarzeń turystycznych oraz wymiany doświadczeń z członkami MROT.

2.5. Promocja kulturalna i społeczna

- 2.5.1. Organizacja i promocja wydarzeń kulturalnych i artystycznych.
- 2.5.2. Współpraca z lokalnymi i regionalnymi artystami, rzemieślnikami i twórcami w celu popularyzacji ich działalności oraz bogactwa regionu.
- 2.5.3. Organizacja dni miasta oraz wydarzeń tematycznych nawiązujących do lokalnej historii.
- 2.5.4. Wsparcie inicjatyw społecznych i obywatelskich, które angażują mieszkańców w życie miasta.
- 2.5.5. Organizacja wydarzeń i kampanii zachęcających do aktywności społecznej, wolontariatu i partycypacji obywatelskiej.
- 2.5.6. Tworzenie treści promujących lokalne wydarzenia kulturalne i społeczne w mediach społecznościowych i tradycyjnych.
- 2.5.7. Wspólna organizacja wydarzeń i projektów promujących wartości społeczne i kulturalne z instytucjami kulturalnymi i organizacjami pozarządowymi.
- 2.5.8. Tworzenie programów edukacyjnych i społecznych, angażujących różne grupy wiekowe i społeczne.

3. Cel regulaminu

Celem niniejszego regulaminu jest określenie zasad i procedur związanych z wydatkowaniem środków publicznych w ramach działalności Samodzielnego Stanowiska ds. Promocji Miasta w Urzędzie Miasta, w tym szczególnie w zakresie działań promujących miasto na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnokrajowym.

4. Zakres stosowania regulaminu

Regulamin dotyczy wszelkich wydatków ponoszonych przez Samodzielne Stanowisko ds. Promocji Miasta na cele związane z realizacją strategii promocji miasta. Dotyczy to zarówno wydatków na działania marketingowe, reklamowe, organizacyjne, jak i innych kosztów związanych z promocją miasta.

II. Podstawy prawne

1. **Ustawa o finansach publicznych** z dnia 27 sierpnia 2009 roku (Dz.U.2024.1530 t.j.).
2. **Ustawa Prawo zamówień publicznych** z dnia 11 września 2019 roku (Dz.U.2024.1320 t.j.).
3. **Ustawa o samorządzie gminnym** z dnia 8 marca 1990 roku (Dz.U.2024.1465 t.j.).

4. **Zarządzenie Nr 141/2024 Burmistrza Miasta Pionki** z dnia 30 sierpnia 2024 roku w sprawie zmiany Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Pionki, wprowadzonego Zarządzeniem Nr 23/2022 Burmistrza Miasta Pionki z dnia 1 marca 2022 roku w sprawie wprowadzenia Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta Pionki.
5. **Rozporządzenia wykonawcze** do powyższych ustaw oraz wewnętrzne przepisy urzędowe.

III. Planowanie wydatków

1. Planowanie budżetu

Samodzielne Stanowisko ds. Promocji Miasta przygotowuje roczny plan wydatków promujących miasto, który jest zatwierdzany przez Burmistrza Miasta lub Zastępcę Burmistrza Miasta. Plan ten musi zawierać szczegółowy opis przewidywanych działań promocyjnych, takich jak kampanie reklamowe, organizacja wydarzeń, publikacje materiałów promocyjnych itp.

2. Wnioskowanie o środki

Każdy wydatek, który wykracza poza zaplanowany budżet, wymaga uprzedniego wnioskowania o dodatkowe środki finansowe w ramach budżetu Gminy Miasta Pionki, z uzasadnieniem potrzeby i celowości wydatku.

IV. Zasady wydatkowania środków

1. Dokumentacja wydatków

Każdy wydatek musi być odpowiednio udokumentowany, w tym:

- faktura VAT lub inny dokument księgowy (np. nota),
- umowa cywilnoprawna (jeśli dotyczy),
- zatwierdzenie przez Burmistrza Miasta lub jego Zastępcę,
- potwierdzenie wykonania usługi lub dostawy (np. Protokół odbioru).

2. Podział wydatków

Wydatki w ramach promocji miasta mogą obejmować następujące kategorie:

- **reklama i marketing:** kampanie w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet), produkcja materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty, spoty reklamowe),
- **wydarzenia promujące miasto:** organizacja i współorganizacja wydarzeń kulturalnych, sportowych, turystycznych, konferencji, spotkań z inwestorami,
- **publikacje i materiały promocyjne:** przygotowywanie i drukowanie broszur, katalogów i gadżetów reklamowych, przygotowywanie prezentacji multimedialnych, wydawanie materiałów informacyjnych o mieście,
- **nagrody** dla uczestników konkursów organizowanych przez miasto,
- **usługi zewnętrzne:** konsultacje, agencje marketingowe, usługi PR, doradztwo w zakresie promocji, współpraca z instytucjami i uczelniami wyższymi w zakresie promocji, PR, marketingu i reklamy Miasta,
- **koszty związane z wyjazdami służbowymi:** udział w targach, konferencjach, szkoleniach, wizytach roboczych związanych z promocją miasta.

3. Przestrzeganie procedur zamówień publicznych

W przypadku wydatków przekraczających kwoty określone w ustawie Prawo zamówień publicznych należy przeprowadzić postępowanie przetargowe lub inne procedury wynikające z prawa, zapewniając przejrzystość i uczciwość procesu wyboru wykonawcy. Działania muszą być także zgodne z Zarządzeniem Nr 118/2022 Burmistrza Miasta Pionki z dnia 30.09.2022 roku wprowadzającym „Regulamin udzielania zamówień publicznych o wartości nieprzekraczającej kwoty wskazanej w art. 2 pkt 1 ustawy PZP” .

V. Procedura zatwierdzania wydatków

1. Wnioski o wydatki

Każdy wniosek o dokonanie wydatku musi zawierać:

- dokładny opis planowanego wydatku,
- uzasadnienie potrzeby wydatku w kontekście celów promocji miasta,
- oszacowaną kwotę wydatku,
- proponowanego wykonawcę usługi lub dostawcę.

2. Zatwierdzenie wniosku

Wniosek o wydatki jest zatwierdzany przez Burmistrza Miasta bądź Zastępcę Burmistrza Miasta.

3. Realizacja wydatku

Po zatwierdzeniu wniosku pracownik ds. promocji odpowiada za realizację wydatku, w tym podpisanie umowy, dokonanie płatności oraz nadzór nad wykonaniem usługi lub dostawy.

4. Kontrola zgodności wydatków z budżetem

Wydatki są monitorowane przez Wydział Finansowy Urzędu, który dokonuje kontroli zgodności wydatków z zatwierdzonym budżetem i procedurami.

VI. Rozliczanie wydatków

1. Sprawozdania z wydatków

Na koniec każdego półrocza pracownik Samodzielnego Stanowiska ds. Promocji Miasta składa szczegółowe sprawozdanie z dokonanych wydatków, które jest zatwierdzane przez Burmistrza Miasta bądź jego Zastępcę i przekazywane do Wydziału Finansowego w celu kontroli poprawności zapisów, oraz potwierdzenia zgodności sald.

2. Kontrola i audyt

Wszystkie wydatki związane z promocją miasta podlegają kontroli wewnętrznej oraz zewnętrznej w ramach audytów przeprowadzanych przez odpowiednie organy i instytucje.

VII. Postanowienia końcowe

1. Zmiany w regulaminie

Regulamin może być zmieniany i aktualizowany w zależności od zmieniających się przepisów prawa, potrzeb Urzędu oraz zmian w strategii promocji miasta. Zmiany te muszą być zatwierdzone przez Burmistrza Miasta Pionki.

2. Wejście w życie

Regulamin wchodzi w życie z dniem jego zatwierdzenia przez Burmistrza Miasta Pionki.

BURMISTRZ MIASTA

(-) Łukasz Miśkiewicz