



Raport ze stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014”  
za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. – ewaluacja końcowa

**Opracowanie:**  
Starostwo Powiatowe w Mińsku Mazowieckim  
Wydział Oświaty i Promocji  
ul. Tadeusza Kościuszki 3, 05-300 Mińsk Mazowiecki



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

„Strategia Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” została przyjęta Uchwałą Nr XXXV/ 317/10 Rady Powiatu Mińskiego z dnia 27 października 2010 roku. Dokument ten określił cele strategiczne w zakresie promocji powiatu. W rezultacie dokonanej diagnozy sytuacji powiatu mińskiego, analizy silnych i słabych stron, istniejących szans i zagrożeń wskazano kluczowe aspekty, mające wpływ na kształt i realizację Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014.

W przedmiotowym dokumencie stwierdzono, że siłą powiatu jest młode społeczeństwo, wykształceni, pracowici i kreatywni mieszkańcy, położenie geograficzne i komunikacyjne, walory krajoznawczo-przyrodnicze oraz posiadanie atrakcyjnych terenów pod inwestycje. Natomiast podstawowe problemy, z którymi musi uporać się powiat to: wypracowanie długofalowej polityki promocyjno-informacyjnej, zwiększenie stopnia poczucia tożsamości mieszkańców z powiatem, zainteresowanie turystów i inwestorów atrakcyjną ofertą.

Analiza szans i zagrożeń dotyczących realizacji zadań promocyjnych wskazała, że naczelnym priorytetem Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014 jest dążenie do tego, by przyszły powiat miński był uważany za obszar szczególnie atrakcyjny do życia, efektywnie wykorzystujący swoje bogate walory naturalne i kulturowe dla rozwoju turystyki oraz przedsiębiorczości. Powiat miński ma także oferować szerokie możliwości rozwoju członkom wspólnoty lokalnej, która aktywnie uczestniczy w życiu publicznym i tworzy dobrze zorganizowane społeczeństwo obywatelskie.

Cel długofalowy to zwiększenie atrakcyjności regionu zarówno dla mieszkańców powiatu, turystów poszukujących ciekawych miejsc i przedsiębiorców już w nim działających oraz myślących o rozwoju działalności, jak również inwestorów, którzy dopiero poszukują korzystnej lokalizacji na rozpoczęcie swojej działalności.

W celu urzeczywistnienia zaprezentowanego stanu zrealizowano działania zaplanowane w czterech komplementarnych priorytetach:

- I. Powiat miński posiadający rozpoznawalny wizerunek
- II. Powiat miński atrakcyjny dla mieszkańców
- III. Powiat miński przyjazny dla turystów
- IV. Powiat miński sprzyjający rozwojowi gospodarki

Priorytet I. Powiat miński posiadający rozpoznawalny wizerunek obejmował działania, zmierzające do zidentyfikowania istotnych elementów, które charakteryzują powiat i wyróżniają na tle innych. Na elementach tych oparto działania promocyjne zmierzające do zbudowania rozpoznawalnego w oczach opinii publicznej wizerunku powiatu mińskiego. Kluczowym elementem Strategii była promocja współpracy pomiędzy mieszkańcami powiatu, organizacjami pozarządowymi, przedstawicielami różnych środowisk, w tym również biznesu, oraz jednostkami samorządu terytorialnego. Ważnym obszarem działań było prowadzenie polityki informacyjnej nt. działalności organów samorządu powiatowego, Starostwa Powiatowego w Mińsku Mazowieckim i jednostek organizacyjnych powiatu.



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

Kolejny Priorytet II. Powiat miński atrakcyjny dla mieszkańców skupił swoje zainteresowanie na wzmacnianiu więzi międzyludzkich poprzez promocję zagadnień ważnych z punktu widzenia życia społecznego, a mianowicie: oświaty, kultury, sportu, zdrowia, bezpieczeństwa i pomocy społecznej, kładąc nacisk na aktywność i samoorganizację mieszkańców oraz ich zaangażowanie na rzecz dobra wspólnego. Działania, zaplanowane do wykonania w ramach niniejszego priorytetu, przyczyniły się do silniejszej identyfikacji z miejscem zamieszkania, budowania świadomości społecznej, a co za tym idzie rozwoju wspólnot lokalnych.

Natomiast Priorytet III. Powiat miński przyjazny dla turystów podkreślił wagę wykorzystania miejscowego potencjału, którym jest dziedzictwo kulturowe, historyczne i przyrodnicze. Zaplanowane działania zmierzały do wypromowania produktów turystycznych w postaci pakietów tematycznych, zachęcających turystów do uprawiania turystyki m.in. weekendowej. Efekt długofalowy ww. priorytetu to zwiększenie liczby osób wybierających powiat w celach turystycznych i rekreacyjnych oraz rozwój bazy okołoturystycznej nastawionej na obsługę przyjeżdżających turystów.

Ostatni Priorytet IV. Powiat miński sprzyjający rozwojowi gospodarki koncentrował swoje wysiłki na podniesieniu konkurencyjności powiatu, dzięki wsparciu lokalnej przedsiębiorczości i promocji ofert inwestycyjnych. Podjęte działania promocyjne mają szansę przełożyć się na wzrost atrakcyjności i konkurencyjności powiatu, przyczyniając się w ten sposób do poprawy jego wizerunku.

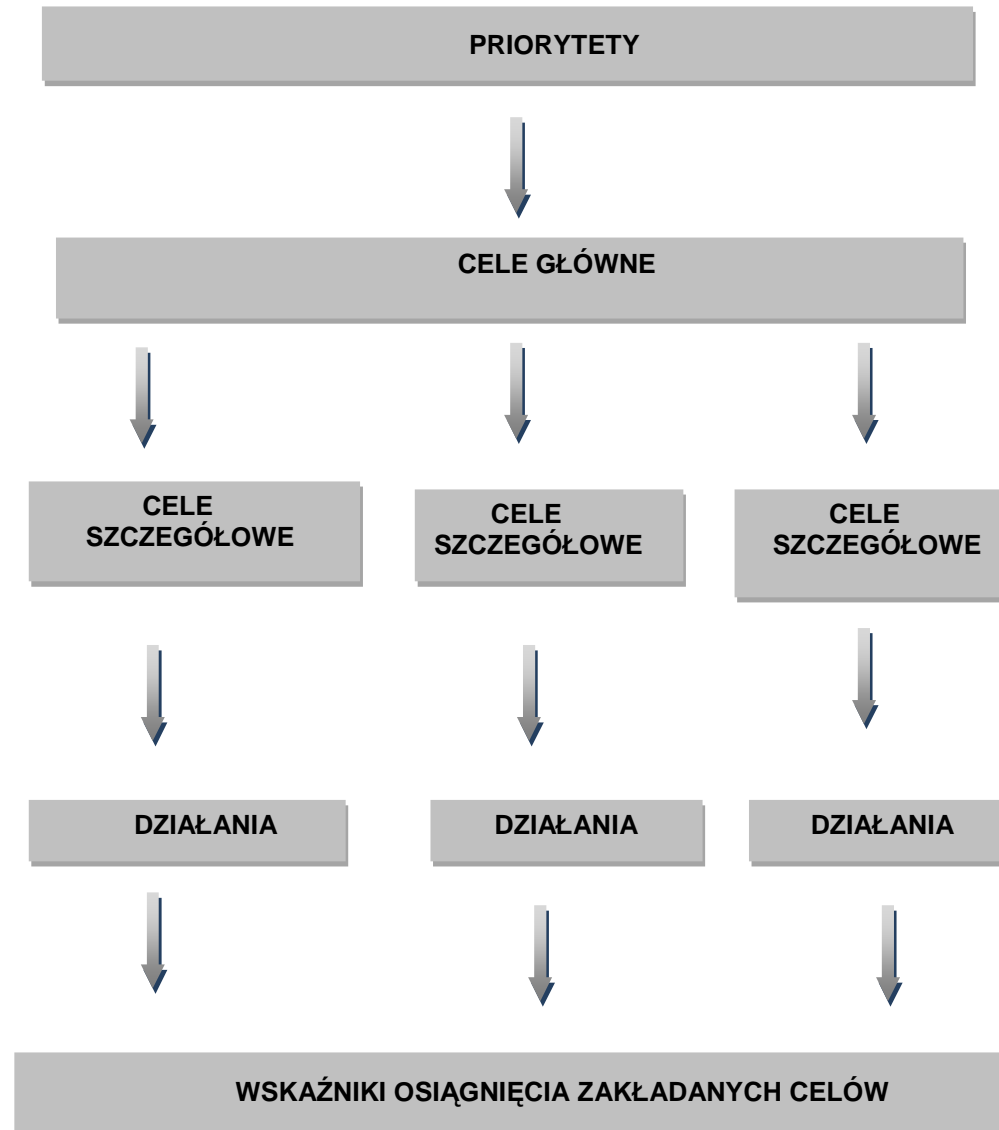
Za wdrożenie Strategii Promocji Powiatu Mińskiego odpowiadał Zarząd Powiatu Mińskiego, a realizację działań koordynował Wydział Oświaty i Promocji, przekazując raporty z ewaluacji raz w roku Zarządowi Powiatu Mińskiego, który z kolei w 2012 r. przedłożył Radzie Powiatu Mińskiego częściowy raport z ewaluacji Strategii. Prezentowany raport końcowy jest ostatnim w cyklu sprawozdawczym dokumentem, podsumowującym realizację „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014”.

Po czterech latach realizacji Strategii należy stwierdzić, że zadania określone na lata 2011 - 2014 zostały zrealizowane zgodnie z harmonogramem, stosownie do poziomu przyznanych na dany rok środków finansowych.



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

### Struktura wdrożenia Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011 - 2014





Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

Wskaźniki pozwalające ocenić stopień realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014”:

### I. Powiat miński posiadający rozpoznawalny wizerunek

Priorytet	Cel główny	Cele szczegółowe	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Przebieg realizacji, uwagi
I. Powiat miński posiadający rozpoznawalną markę	Wykorzystanie bogatych możliwości regionu, stanowiących mocne punkty i specjalizację powiatu mińskiego, jako czynników gwarantujących efektywną promocję powiatu	I.1 Tworzenie warunków dla rozwoju wizerunku powiatu mińskiego	Liczba pracowników Starostwa Powiatowego w Mińsku Mazowieckim i jednostek organizacyjnych powiatu mińskiego przeszkolonych w zakresie wdrożenia siw – 140 os.	Prawidłowy zakres stosowania Systemem Identyfikacji Wizualnej przez 90% przeszkolonych osób	- głównym znakiem identyfikującym powiat miński jest herb powiatu, przyjęty przez Radę Powiatu w 2001 roku. Herb jest jednak znakiem specyficznym, traktowanym podobnie jak godło państwowe i zakres jego użycia limitują zapisy uchwały (nie każdy materiał promocyjny może być oznakowany herbem). Do opracowywania materiałów promocyjnych wykorzystywane jest więc hasło „Powiat Miński”, zamiennie z bogatszym o wartość informacyjną hasłem <a href="http://www.powiatminski.pl">www.powiatminski.pl</a> . Do znakowania materiałów promocyjnych i innych elementów identyfikujących powiat używane są również kolory flagi powiatu mińskiego: czerwony i niebieski. Pracownicy urzędu używają jednolitego wzoru papieru z herbem powiatu do przygotowania pism urzędowych. Z okazji 10 rocznicy ustanowienia Nagród Powiatu Mińskiego zastosowano nową paletę kolorów identyfikujących materiały dekoracyjne oraz promocyjne związane z „Laurą” (kolory brązowy, złoty i żółty stanowiące nawiązanie do statuetki, która wykonana jest z mosiądzu), w 2013 r. katalog znaków systemu identyfikacji wizualnej został poszerzony o znak okolicznościowy - logo obchodów 100-lecia Szpitala Powiatowego w Mińsku Mazowieckim. W projekcie graficznym zawarte zostały nawiązania graficzne do obiektu szpitala, godło państwowe oraz herb powiatu - w 2014 r. zaprojektowano i wykonano nowe znaki wizualizacyjne w postaci banerów typu rollup dla wydarzeń objętych patronatem Starosty Mińskiego, dla wydarzeń dofinansowanych z budżetu Powiatu Mińskiego, na Dni Powiatu Mińskiego oraz Forum Klubów i Organizacji Sportowych Powiatu Mińskiego
			Liczba potencjalnych markowych produktów powiatu – 9 (2011)	Liczba markowych produktów objętych planem promocji – 9 (2012-2014)	w zakresie: - turystyki: szlak turystyczny Ziemia Andriollego, szlak filmowy Ranczo, Sulejówek Marszałka Piłsudskiego, szlak zabytków sakralnych powiatu mińskiego, szlak architektury powiatu mińskiego - sportu: Puchar Mazowsza AD ASTRA w tańcach standardowych i latynoamerykańskich, Memoriał Kolarski im. Feliksa Rawskiego (2012,2013) - pomocy społecznej: Powiatowy Dzień Pracownika Socjalnego - kultury: Gala Nagród Powiatu Mińskiego „Laura”, Dni Powiatu Mińskiego
		I.2 Kształtowanie pozytywnego	Liczba zrealizowanych kampanii wizerunkowych - 5 (2011,2012,2013) 7 (2014)	Rozpoznawalności wizerunku powiatu mińskiego wśród 50% ankietowanych	- wizerunek powiatu mińskiego promowany był głównie poprzez dystrybucję materiałów promocyjnych podczas wydarzeń objętych rocznym kalendarzem imprez: Festyn Rodzinny Majówka (2011,2012), Sójka Mazowiecka, Dożynki



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

	wizerunku powiatu mińskiego	Liczba rozdanych materiałów promocyjnych - 7 457 (2011), 7 386 (2012), 4 074 (2013) 4 570 (2014)		Powiatowe, Gala Nagród Powiatu Mińskiego „Laura”, Dni Powiatu Mińskiego (2013,2014), Powiatowe Forum Kultury/Powiatowe Forum Kulbów i Organizacji Sportowych, Uroczystość 100-lecia Szpitala Powiatowego w Mińsku Mazowieckim, Narodowe Czytanie
		Liczba os./ instytucji zaangażowanych w promocję produktów markowych – średnio 20 instytucji		uczestnicy ww. imprez brali udział w konkursach popularyzujących wiedzę nt. powiatu mińskiego i rozpoznawalności wizerunku (herb, flaga), w większości przypadków uczestnicy prawidłowo rozpoznawali znaki powiatu, nagrodami były gadżety promocyjne
				- kontynuowano umowę z zawodnikiem na promowanie powiatu podczas imprez sportowych (biegi uliczne), w 2011 wprowadzono „Zasady obejmowania przedsięwzięć Patronatem Starosty Mińskiego” (52 w 2011, 56 w 2012, 54 w 2013, 62 w 2014)
				- opracowano i wykonano m.in. następujące materiały: ryngrafy z herbem powiatu mińskiego, zestawy długopisów w 3 rodzajach etui (metalowe, drewniane, skórzane), pojedyncze długopisy metalowe, maskotki z brelokiem, wiatraczki promocyjne, koszulki, torby z nadrukiem, teczki laminowane A4 oraz kalendarze promocyjne: ściennie trójdzielne, biurkowe z piórnikiem i książkowe. Projekt kalendarzy promocyjnych odnosił się do 15. rocznicy utworzenia Powiatu Mińskiego, natomiast na potrzeby zorganizowania Powiatowego Forum Kultury i Powiatowego Forum Klubów i Organizacji Sportowych wykonano materiały promocyjne, zamówiono również 6 prac plastycznych przedstawiających obiekty zabytkowe z terenu powiatu mińskiego. Ponadto opracowano projekt i wykonano medale okolicznościowe „15 lat Powiatu Mińskiego” oraz wydano publikacje okolicznościowe „XV lat Powiatu Mińskiego. Jak zmieniał się powiat przez 15 lat?” oraz „Zarys historii Szpitala Powiatowego w Mińsku Mazowieckim”
				- w realizację kampanii wizerunkowych zaangażowani byli pracownicy starostwa, szkoły i placówki oświatowe, szpitala, przedstawiciele służb, inspekcji i straży z terenu powiatu oraz przedstawiciele organizacji pozarządowych
	I.3 Poprawa skuteczności komunikacji z adresatami działań	Liczba artykułów, informacji nt. powiatu w mediach - 56 (2011), 26 (2012), 47 (2013), 35 (2014)	24% wzrost pozytywnych przekazów medialnych dotyczących powiatu	- prowadzono monitoring lokalnej prasy, w 2010 r. 78% pozytywnych artykułów, natomiast w 2014 r. 97%
		Liczba dodanych artykułów na stronie www.powiatminski.pl - 4 373 (2011), 1 621 (2012), 1 590 (2013) 1 490 (2014)	Pozytywna ocena 73% osób korzystających ze strony	- w 2011 w ramach nowo utworzonej strony kompleksowo przeniesiono 4 373 artykuły, w 2012 utworzono na Facebooku profil i stronę Powiatu Mińskiego - liczba znajomych wg stanu na dzień 31.12.2014 to 1 450 osób, od 01.01.2012 prowadzony jest kanał Powiatu w serwisie Youtube (4 950 wyświetleń na dzień 31.12. 2014), w wyniku przeprowadzonej ankiety 73% os. pozytywnie oceniło stronę (stan na dzień 30.01.2015r.)
		Liczba artykułów, informacji umieszczona, np. na Facebooku - średnio 5 artykułów tygodniowo,	Liczba osób lubiących profil Powiat Miński - 358 (2013) 955 (2014)	- na stronie www.powiatminski.pl utworzono okolicznościowy dział informacyjny dotyczący obchodów 100-lecia Szpitala Powiatowego w Mińsku Mazowieckim
				- wniosek o zamieszczenie informacji zewnętrznej jest realizowany



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

			Youtube - 33 filmy		w tym samym dniu, w którym wpłynął do Starostwa. Stosowana jest również zasada zamieszczania relacji z wydarzeń w terminie maksymalnie do 2 dni po wydarzeniu własnym (organizowanym przez Wydział Oświaty i Promocji) i 7 dni po wydarzeniu zewnętrznym. Prowadzony jest jednolity Powiatowy Kalendarz Imprez oraz dwie galerie multimedialne (przygotowanie zdjęć oraz filmów)
--	--	--	--------------------	--	--

## II. Powiat miński atrakcyjny dla mieszkańców

Priorytet	Cel główny	Cele szczegółowe	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Przebieg realizacji, uwagi
II. Powiat miński atrakcyjny dla mieszkańców	Wzmocnienie więzi wspólnotowych mieszkańców powiatu poprzez promowanie istotnych zagadnień dotyczących życia społecznego	II.1 Upowszechnienie oferty edukacyjnej, kulturalnej i sportowej	Liczba promowanych ofert edukacyjnych - 13 (2011,2012), 10 (2013,2014)	Liczba uczniów, w szkołach dla których organem prowadzącym jest Powiat Miński - 5 727 (2011), 5 378 (2012), 5 163 (2013), 4 979 (2014)	- oferta edukacyjna powiatowych placówek i jednostek oświatowych była promowana podczas Powiatowej Giełdy Szkół Ponadgimnazjalnych, uczniowie i ich rodzice mogli uzyskać informacje o ofercie wszystkich szkół, nowych kierunkach i zawodach oraz porozmawiać z uczniami różnych szkół z powiatu mińskiego, ofertę promowano także na stronie internetowej - produkty kulturalne: Forum Kultury (odbywa się raz na 2 lata), Dni Powiatu Mińskiego (od 2013 r.), Gala Nagród Powiatu Mińskiego „Laura”. Nowa formuła tego wydarzenia sprawia, że ma ona potencjał, aby stać się jedną z ważniejszych imprez w sferze kultury w powiecie mińskim. - produkty sportowe: Powiatowe Igrzyska Samorządowców, Powiatowe Forum Klubów i Organizacji Sportowych (odbywa się raz na 2 lata) - inicjatywy na rzecz kultury i popularyzacji sportu: organizacja, współorganizacja i dofinansowanie imprez, udzielenie dotacji na realizację zadań publicznych
			Liczba wytypowanych imprez kulturalnych, mających szansę stać się produktami kulturalnymi - 2	Liczba produktów objętych planem Promocji - 4	
			Liczba wytypowanych imprez sportowych, mających szansę stać się produktami sportowymi - 2		
			Liczba zorganizowanych i wspartych inicjatyw na rzecz kultury - 21 (2011), 23 (2012), 25 (2013) 16 (2014)	Szacunkowa frekwencja widzów – ok. 6669 (2011), ok. 11375 (2012), ok. 12500 (2013), ok. 7100 (2014)	
			Liczba wspieranych i popularyzowanych imprez sportowych - 23 (2011), 26 (2012), 20 (2013), 13 (2014)	Szacunkowa frekwencja widzów/uczestników imprez - ok.5985 (2011),ok. 6058 (2012), ok. 4600 (2013), ok. 3200 (2014)	
		II.2 Wzmocnienie promocyjne działań związanych z rozwojem wspólnot	Liczba wspartych inicjatyw/projektów lokalnych organizacji pozarządowych działających w różnych obszarach życia społ. - 3 (2011), 2 (2012), 14 (2013)	Liczba uczestników zrealizowanych inicjatyw/projektów organizacji pozarządowych - ok. 3000 (2011), ok. 620 (2012)	- 5 podmiotom udzielono wsparcia na realizację zadań publicznych bez trybu konkursowego (2011,2012), udzielono wsparcia organizacjom (w 2013 14 przedsięwzięć, a w 2014 15 przedsięwzięć) na zakup pucharów dla zwycięzców, organizowanych zawodów sportowych - uczniowie i nauczyciele z Zespołu Szkół Nr 1 w Mińsku Mazowieckim wyjechali do Hiszpanii w ramach programu Comenius - Partnerskie projekty Szkół (2011), przedstawiciele szkół i instytucji (SOSW, ZS Nr 1, ZSZ Nr 2,
Liczba szkół, instytucji, placówek i organizacji pozarządowych, którym	Liczba osób, które wzięły udział we współpracy				



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

		lokalnych	udzielono wsparcia w zakresie współpracy zagranicznej -1 (2011), 4 (2012), 5 (2013,2014)	zagranicznej - 6 (2011), 9 (2012), 15 (2013)	ZSE - 2012; ZS Nr 1, ZSZ Nr 2, ZSE, GiLO i DPS w Kątach – 2013) otrzymali materiały promujące Powiat, które zostały przekazane partnerom zagranicznym - podjęto uchwałę w sprawie współpracy Powiatu Mińskiego z Borodiańską Rejonową Administracją Państwową Obwodu Kijowskiego na Ukrainie oraz przygotowano projekt umowy - strona rosyjska nie podjęła współpracy w zakresie podpisania umowy (2011) - 9 przedstawicieli Powiatu wzięło udział w wizycie studyjnej w Żołocziwie na Ukrainie (2012) - podpisano 2 listy intencyjne o współpracy partnerskiej pomiędzy: Powiatem Mińskim a Miastem Żołocziw oraz włoskim regionem Basilicata, nawiązano kontakt z miastem Kohtla-Järve w Estonii (2012) - udzielono dotacji 2 stowarzyszeniom, wspierając współpracę z partnerem z Litwy (2012) i Ukrainy (2013) - 4 przedstawicieli miasta Kohtla-Järve w Estonii wzięło udział w Dniach Powiatu Mińskiego (2013) 2014: - wizyta delegacji z Magdeburga (Niemcy), realizująca projekt w partnerstwie z ZSZ nr 2 - wizyta w Starostwie uczniów z Belgii, Niemiec, Francji, Turcji, Portugalii, Martyniki w ramach programu Comenius, projekt realizowany w partnerstwie z ZS nr 1 - wizyta p. Tatiany Dawidowicz (Białoruś), wicedyrektor Kolczuńskiej Szkoły Średniej i opiekunki Muzeum pamięci Jędrzeja Śniadeckiego wraz z p. Ireną Szawerdą, nauczycielem plastyki, spotkanie w „Chemiku” i „Mechaniku” na temat przyszłej współpracy -2014.05.30 podpisanie listu intencyjnego o współpracy z Powiatem Kołomyjskim (Ukraina) - styczeń 2014, czerwiec 2014 i wrzesień 2014 – wizyty delegacji z Białorusi - listopad 2014 i grudzień 2014 – wizyta delegacji Powiatu Mińskiego w Oszmianach (Białoruś) - wizyta uczniów z Ahtme Kool (Kohtla Jarve, Estonia) w Starostwie Powiatowym - wizyta uczniów z Hildesheim (Niemcy) w Starostwie Powiatowym - wizyta uczniów z Telsiai (Litwa) w Starostwie Powiatowym
			Liczba działań związanych z nawiązaniem współpracy z zagranicznymi jednostkami administracyjnymi zblizonymi organizacyjnie do Powiatu Mińskiego - 1 (2011), 4 (2012) 1 (2013), 1 (2014)	Liczba jednostek administracyjnych, z którymi udało się nawiązać współpracę - 2 (2012), 1 (2013), 1 (2014)	
		II.3 Podniesienie wiedzy mieszkańców i promocja	Liczba kampanii dot. bezpieczeństwa publicznego, zdrowia, ekologii i pomocy społ.- 6 (2011), 5 (2012), 8 (2013,2014)	Liczba grup docelowych/ liczba osób będących odbiorcami kampanii - 5 grup	- udzielono dotacji na realizację zadań publicznych w zakresie działalności na rzecz osób niepełnosprawnych (3 w 2011, 2 w 2012, 3 w 2013, 4 w 2014), przeprowadzono promocję: ćwiczeń ewakuacyjnych Starostwa Powiatowego, konkursu ekologicznego, akcję „Sprzątanie Doliny Świdra i jego dopływów” (2011,2012), w 2013 zrealizowano: konkurs „Bezpieczna droga do szkoły”,





Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

		w zakresie bezpieczeństwa publicznego, zdrowia, ekologii i pomocy społ.			<p>Ćwiczenie obronne „Mienia 2013”, ćwiczenia ewakuacyjne w budynku Starostwa Powiatowego przy ul. Konstytucji 3 Maja 16, debatę społeczną poświęconą poprawie bezpieczeństwa na terenie powiatu mińskiego, Powiatowe Obchody Dnia Inwalidów i Ludzi Niepełnosprawnych, w tym kampanię społeczną „Nasz wspólny świat”, w 2014 zorganizowano: debatę społeczną poświęconą poprawie bezpieczeństwa, konkurs ekologiczny, ćwiczenia ewakuacyjne Starostwa Powiatowego w Mińsku Mazowieckim przy ul. T. Kościuszki 3, ćwiczenie struktur systemu zarządzania kryzysowego, powiatowych służb, inspekcji i straży w przypadku zakłócenia funkcjonowania stacji elektroenergetycznej „Miłosna” w Sulejówku</p> <p>- grupy docelowe: pracownicy Starostwa, Policji, Straży Pożarnej, Żandarmerii Wojskowej, mieszkańcy powiatu, w tym osoby niepełnosprawne</p>
--	--	---	--	--	---

**III. Powiat miński przyjazny dla turystów**

Priorytet	Cel główny	Cele szczegółowe	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Przebieg realizacji, uwagi
III. Powiat miński przyjazny dla turystów	Poprawa atrakcyjności turystycznej powiatu dzięki stworzeniu oraz promowaniu pakietów tematycznych, wykorzystujących bogate walory przyrodnicze, kulturowe i historyczne powiatu	III.1 Stworzenie spójnej oferty turystycznej i rekreacyjnej	<p>Liczba zinwentaryzowanych obiektów i usług - 94 (2011) 129 (2012)</p> <p>Liczba opracowanych pakietów tematycznych dla turystów - 11 (2012)</p> <p>Liczba przygotowanych materiałów promocyjnych, informacyjnych i edukacyjnych dla turystów – 1 500 szt. (2012), 4 250 szt. (2013)</p>	<p>Liczba pakietów tematycznych objętych planem promocji – 11 (2012-2014)</p> <p>Liczba rozdanych materiałów promocyjnych, informacyjnych i edukacyjnych dla turystów - 500 szt. (2012), 1 550 szt. (2013) 1200 szt. (2014)</p>	<p>- w 2012 zakończono rzeczową realizację projektu E-usługi dla mieszkańców powiatu mińskiego, m.in. uruchomiono portal e-zwiedzanie, stworzono mapę umożliwiającą planowanie tras turystycznych, na które zostały naniesione zabytki, gospodarstwa agroturystyczne, punkty gastronomiczne itp. Rozwiązanie to podniosło atrakcyjność turystyczną powiatu</p> <p>- pakiety tematyczne: zabytki, pomniki, obiekty sakralne, muzea, miejsca noclegowe, obiekty gastronomiczne, plany filmowe, obszary chronionego krajobrazu, obiekty sportowe, szlaki rowerowe, szlaki turystyczne</p> <p>- przygotowano materiały promocyjne: folder, mapa rozkładana z opracowaniem i pocztówki promocyjne (2012), zaprojektowano i wydano w 250 egz. broszury „Kalendarz wydarzeń 2013 r. w powiecie mińskim” oraz serię ulotek informacyjno-promocyjnych – 4 000 szt.: „Skarby architektury w powiecie mińskim”, „Muzea, izby pamięci i skanseny w powiecie mińskim”, „Perły architektury sakralnej w powiecie mińskim” i „Atrakcje przyrodnicze powiatu mińskiego”(2013)</p>
		III.2 Tworzenie warunków dla rozwoju atrakcyjności turystycznej i rekreacyjnej	<p>Plan kampanii promującej ofertę turystyczno-rekreacyjną - 1</p> <p>Liczba akcji popularyzujących pakiety tematyczne z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi - 2 (2012), 1 (2013), 1 (2014)</p>	<p>Liczba produktów turystycznych objętych planem promocji - 4 (2012-2014)</p>	<p>- opracowano plan kampanii promującą ofertę turystyczno-rekreacyjną; zorganizowano konferencję popularyzującą e-usługi oraz przeprowadzono kampanię mailową skierowaną do mieszkańców powiatu na temat funkcjonalności nowo utworzonej strony internetowej, w tym komponentu wirtualne spaceru po powiecie mińskim, e-planowanie pobytów turystycznych na terenie powiatu, e-edukacja turystyczna (narzędzie dydaktyczne dla nauczycieli realizujących ścieżki międzyprzedmiotowe),zrealizowano na</p>



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

		powiatu	Liczba oznakowanych obiektów atrakcyjnych turystycznie - 12 (2012)		facebooku oraz na stronie internetowej kampanię „Wakacje w Powiecie Mińskim” , planem promocji objęto atrakcje turystyczne: szlak turystyczny Ziemia Andriollego, szlak filmowy Ranczo, Sulejówek Marszałka Piłsudskiego i szlak zabytków sakralnych powiatu mińskiego oraz oznakowano 12 obiektów zabytkowych
		III.3 Zwiększenie współpracy z lokalnym i ponadlokalnym sektorem turystycznym	Liczba opracowanych ofert dla turystów we współpracy z lokalnym i ponadlokalnym sektorem turystycznym - 4 (2012)	Wypracowanie modelu współpracy z podmiotami działającymi na rzecz rozwoju turystyki	- zgłoszono produkty turystyczne z terenu powiatu mińskiego do sieci produktów turystycznych inwentaryzowanych w ramach projektu „Produkty sieciowe szansą rozwoju turystyki na Mazowszu” realizowanego przez Mazowiecką Regionalną Organizację Turystyczną, oznakowane szlaki z terenu powiatu mińskiego, mają szansę stać się ofertą sieciową (szlak serialu „Ranczo”, szlak rowerowy „Jedlina”, szlak przyrodniczy „Siedem młynów nad Piaseczną”, szlak Andriollego) - wydział uczestniczył wraz z przedstawicielami powiatu otwockiego w działaniach związanych z promocją roku Andriollego (2012) - model finansowy - dofinansowanie działań w ramach otwartych konkursów ofert dla organizacji działających w sferze turystyki, udział w spotkaniach i model informacyjny (e-rejestr) - podmioty mogą się rejestrować i umieszczać informacje, składające się na ogólny zasób informacji o powiecie
			Liczba działań podjętych w ramach współpracy z samorządami powiatów ościennych w zakresie budowy zintegrowanych propozycji ścieżek turystycznych – 1 (2012)		

#### IV. Powiat miński sprzyjający rozwojowi gospodarki

Priorytet	Cel główny	Cele szczegółowe	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Przebieg realizacji, uwagi
IV. Powiat miński sprzyjający rozwojowi gospodarki	Poprawa konkurencyjności powiatu poprzez promocję inwestycyjną i wsparcie lokalnej przedsiębiorczości	IV.1. Zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej powiatu mińskiego	Powierzchnia gruntów i budynków, których stan uregulowano – 8,3 ha (2013) Liczba ofert inwestycyjnych - 40 (2011) Liczba działań promujących oferty inwestycyjne – 2 (2012), 2 (2013), 1 (2014)	Liczba ofert inwestycyjnych objętych planem promocji - 3 (2013,2014)	- przeprowadzono w gminach rozeznanie odnośnie terenów inwestycyjnych na terenie powiatu (2011) - zaprezentowano walory gospodarcze powiatu mińskiego podczas wizyty studyjnej przedstawicieli Powiatu w mieście Żołocziw na Ukrainie (2012) - w 2012 zorganizowano spotkanie „Jak pozyskać inwestora zagranicznego do współpracy?”, w którym uczestniczyli przedsiębiorcy z terenu powiatu mińskiego oraz włoskiego Regionu Basilicata, branże: rolnictwo i produkty spożywcze, turystyka i gastronomia, przemysł, budownictwo, usługi finansowe, edukacja, w 2013 odbyło się infoseminarium dla przedsiębiorców pn. "Efektywność biznesu w okresie spowolnienia gospodarczego - jak bezpiecznie zarabiać w kryzysie" - strona internetowa powiatu (dział dla inwestorów) została skorelowana ze stroną Centrum Obsługi Inwestora i Eksportera ARMSA, na której znajduje się oferta terenów inwestycyjnych tj. Mińsk Mazowiecki – gmina 2,4 ha, Mrozy - Wola Paprotnia 3,3 ha, Konik Nowy 2,6 ha
		IV.2 Wsparcie rozwoju	Liczba zorganizowanych działań informacyjnych, szkoleniowych i promocyjnych dla lokalnych	Liczba osób, która skorzystała z prowadzonych działań informacyjnych, szkoleniowych	prowadzono działania informacyjno-promocyjne na temat organizowanych szkoleń, konferencji, spotkań dla osób zainteresowanych rozwojem przedsiębiorczości, wiadomości były umieszczane na bieżąco na stronie



Raport stopnia realizacji „Strategii Promocji Powiatu Mińskiego na lata 2011-2014” za okres od 01.01.2011 r. do 31.12. 2014 r. - ewaluacja końcowa

		lokalnej przedsiębiorczości	przedsiębiorców, osób zainteresowanych rozwojem lokalnym -10 (2011), 12 ( 2012), 46 (2013), 45 (2014)	i promocyjnych – ok. 1926 (2011), ok. 1790 (2012), ok. 5 500 (2013), ok. 6075 (2014)	internetowej powiatu
			Liczba inicjatyw związanych z rozwojem agroturystyki na terenie powiatu - 1 (2011), 2 (2013,2014)	Liczba podmiotów/osób, którzy skorzystali z udzielonego wsparcia - ok. 1040 os. (2011), ok. 350 os. (2012), 10 gospodarstw, 8 firm (2013) 1 gospodarstwo, 6 firm (2014)	- dystrybucja ulotek z adresami gospodarstw agroturystycznych, m.in. podczas imprez - 1 000 szt. oraz promocja oferty agroturystycznej na stronie internetowej: uruchomiono mapę agroturystyczną zintegrowaną z bazą szlaków turystycznych powiatu mińskiego (2012), właściciele gospodarstw mogą nanosić swoje oferty wraz z materiałem multimedialnym, z możliwości tej do 31.12.2014 skorzystało 11 gospodarstw - nagroda powiatu mińskiego Laura w dziedzinie: rolnictwo i ochrona środowiska, Konkurs potraw tradycyjnych (10 os. w 2012), Powiatowa Olimpiada wiedzy o Wiejskim Gospodarstwie Domowym, Ekologii i Przedsiębiorczości (32 finalistki w 2011, 24 w 2012, 30 w 2013, 29 w 2014) - na bieżąco aktualizowano Powiatowy Katalog Branżowy
			Liczba inicjatyw związanych z rozwojem rolnictwa ekologicznego na terenie powiatu - 2 (2011), 3 (2012,2013,2014)		
			Liczba podmiotów zarejestrowanych w Powiatowym Katalogu Branżowym - 263 (2011) 287 (2012), 295 (2013) 301 (2014)		
	IV.3	Wzmocnienie współpracy międzysektorowej: samorządu lokalnego, przedsiębiorców i instytucji otoczenia biznesu	Liczba zaprezentowanych przedsięwzięć z terenu powiatu - 8 (2012), 2 (2013)	Wypracowanie modelu współpracy z organizacjami i instytucjami działającymi na rzecz rozwoju przedsiębiorczości	- w 2012 podczas spotkania „Jak pozyskać inwestora zagranicznego do współpracy?” 8 przedsiębiorców z terenu powiatu zaprezentowało swoją działalność gospodarczą, w 2013 w wyniku kontaktu nawiązanego podczas infoseminarium dla przedsiębiorców 2 firmy nawiązały współpracę z Hiszpańsko-Polską Izbą Handlową -prowadzono współpracę na rzecz rozwoju przedsiębiorczości z Powiatowym Urzędem Pracy w Mińsku Mazowieckim, Wyższą Szkołą Nauk Społecznych im. Ks. Józefa Majki w Mińsku Mazowieckim oraz Wyższej Szkoły Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide de Gasperi w Józefowie, Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości/EEN (2012), współpracowano z PUP w Mińsku Mazowieckim, Hiszpańsko-Polską Izbą Handlową, Argentynsko-Polską Izbą Handlową, Centrum Prawa Bankowego i Informacji(2013), zorganizowano konferencję „Innowacyjność i konkurencyjność kluczem rozwoju gospodarczego oraz partnerstwa lokalnego powiatu mińskiego” we współpracy z PUP, WSNS(2014) - model informacyjny: organizacja seminariów, konferencji wraz z częścią szkoleniową - od 2012 r. cyklicznie organizowane są spotkania, mające na celu integrację środowisk działające na rzecz przedsiębiorczości, Powiat Miński bierze udział w charakterze partnera wspierającego w projekcie pn. „Wypracowanie modelowego programu rozwoju przedsiębiorczości w powiecie mińskim”(termin zakończenia 30.06.2015) w ramach którego m.in. zgłosiło się 12 przedsiębiorców/kandydatów do Lokalnej Rady Gospodarczej, projekt realizowany przez Fundację Europejskie Centrum Przedsiębiorczości Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza, Samorząd Województwa Mazowieckiego – który do zadań operacyjnych wyznaczył Wojewódzki Urząd Pracy
			Liczba przedsiębiorców uhonorowanych nagrodami, wyróżnieniami - w każdym roku 1 nagroda powiatu mińskiego Laura w dziedzinie: rozwój przedsiębiorczości		
			Liczba organizacji zaangażowanych do działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości - 4 (2012,2013), 5 (2014)		