#### Додаток 2

дорішення Сумської міської ради **«**Про хід виконання програми «Відкритий інформаційний простір Сумської міської територіальної громади» на 2019-2021 роки, затвердженої рішенням Сумської міської ради від 28 листопада 2018 року

№ 4154-МР (зі змінами), за підсумками 2019-2021 років»

#### від 30 листопада 2022 року № 3234-МР

**Інформація про хід виконання програми та ефективність реалізації завдань за бюджетними програмами**

**за підсумками 2019-2021 років**

**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 за 2019-2021 роки | 31 606,2 | - | - | 31 606,2 | - | 15 481,5 | - | - | 15 481,5 | - |  | |
| **Підпрограма 1. Інформаційна прозорість** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 1** | **15 727,2** | **-** | **-** | **15 727,2** | **-** | **7 972,8** | **-** | **-** | **7 972,8** | **-** |  | |
| **Завдання 1.1. Інформування територіальної громади з актуальних питань життєдіяльності міста** | **15 254,0** | **-** | **-** | **15 254,0** | **-** | **7 733,2** | **-** | **-** | **7 733,2** | **-** |  | |
| 1.1.1. Забезпечення висвітлення діяльності Сумської міської ради на телебаченні та радіо | 6 774,5 | **-** | **-** | 6 774,5 | **-** | 2 699,2 | **-** | **-** | 2 699,2 | **-** | 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», АТВ, СТС, 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 | 497,1 | **-** | **-** | 497,1 | **-** | 409,1 | **-** | **-** | 409,1 | **-** | Висвітлювалась діяльність та результати роботи Сумської міської ради, її виконавчого комітету, структурних підрозділів в газетах «Панорама», «Ваш шанс» (більше 100 публікацій). | |
| 1.1.3. Оприлюднення регуляторних актів та інших офіційних документів Сумської міської ради в друкованих засобах масової інформації. | 1 118,7 | **-** | **-** | 1 118,7 | **-** | 452,9 | **-** | **-** | 452,9 | **-** | Забезпечено випуск 33 номерів бюлетеню «Офіційний вісник Сумської міської ради», оприлюднення відбувалось також у газеті «Ваш шанс». | |
| 1.1.4. Висвітлення в мережі Інтернет діяльності Сумської міської ради, її виконавчих органів, міського голови, актуальних питань  територіальної громади міста | 6 428,6 | **-** | **-** | 6 428,6 | **-** | 4 001,0 | **-** | **-** | 4 001,0 | **-** | 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 Оновлювалися акаунти Сумської міської ради у Фейсбук (5,4 тис. підписників) та відеоматеріали на каналі «Сумська міська рада» у мережі Youtube (кількість переглядів – 958 557). | |
| 1.1.5. Проведення інформаційно-просвітницьких заходів (брифінгів, прес-конференцій, «круглих столів», прес-турів, прямих ефірів тощо) | Коштів не потребує | **-** | **-** | Коштів не потребує | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Для представників ЗМІ протягом 2019-2021 років проведено 370 медіа-заходів. | |
| 1.1.6. Інформаційне наповнення та забезпечення підтримки роботи офіційних сайтів СМР | 273,5 | **-** | **-** | 273,5 | **-** | 171,0 | **-** | **-** | 171,0 | **-** | 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 1990 осіб. За звітний період було розміщено 2 699 публікацій (наростаючим підсумком – 23 005), 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 | 161,6 | **-** | **-** | 161,6 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| **Завдання 1.2. Відзначення ЗМІ до Дня журналіста:** | **112,3** | **-** | **-** | **112,3** | **-** | **46,7** | **-** | **-** | **46,7** | **-** |  | |
| 1.2.1. Проведення заходів з нагоди відзначення ЗМІ та журналістів до Дня журналіста | 112,3 | - | - | 112,3 | - | 46,7 | - | - | 46,7 | - | 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») |  | **-** | **-** |  | **-** |  | **-** | **-** |  | **-** | Протягом 2019-2021 років конкурс не проводився. | |
| **Завдання 1.3. Промоційна та інформаційна кампанія громадського (партиципаторного) бюджету** | **326,6** | **-** | **-** | **326,6** | **-** | **192,9** | **-** | **-** | **192,9** | **-** | Для інформаційної підтримки кампанії було виготовлено поліграфічні матеріали, аудіо та відеоролики, постери для біл-бордів та сіті-лайтів, промопродукцію з символікою партиципаторного бюджету. Здійснювалась оплата щорічного внеску за технічну підтримку веб порталу «Громадський проєкт». | |
| **Завдання 1.4.** Проведення інформаційної кампанії з питань відкритості та доступності Сумської міської ради | **34,3** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| **Підпрограма 2. Формування позитивного сприйняття міста Суми** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 2** | **11 176,4** | **-** | **-** | **11 176,4** |  | **6 178,0** | **-** | **-** | **6 178,0** | **-** |  | |
| **Завдання 2.1. Поширення інформації про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми** | **1 921,9** | **-** | **-** | **1 921,9** |  | **1 283,7** | **-** | **-** | **1 283,7** | **-** |  | |
| 2.1.1. Оновлення кредитного рейтингу та рейтингу інвестиційної привабливості | 121,3 | **-** | **-** | 121,3 | **-** | 110,2 | **-** | **-** | 110,2 | **-** | Оновлено рейтинг інвестиційної привабливості м. Суми | |
| 2.1.2 Оновлення іміджевого інформаційного комплекту «Інвестиційний паспорт міста Суми» (англійською та українською мовами) | 194,0 | **-** | **-** | 194,0 | **-** | 59,4 | **-** | **-** | 59,4 | **-** | Надруковано 116 іміджевих інформаційних комплектів | |
| 2.1.3 Виготовлення інформаційних матеріалів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми | 57,7 | **-** | **-** | 57,7 | **-** | 3,8 | **-** | **-** | 3,8 | **-** | Виготовлено 1000 од. інформаційних буклетів про економічний та інвестиційний потенціал міста Суми | |
| 2.1.4 Створення (виготовлення) та оновлення відеопрезентації про місто Суми (відеоролик про науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми) | 135,0 | **-** | **-** | 135,0 | **-** | 135,0 | **-** | **-** | 135,0 | **-** | Виготовлено відеопрезентацію про м. Суми (науковий, економічний, інвестиційний потенціал міста Суми) та 2 скорочені версії | |
| 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) | 121,7 | **-** | **-** | 121,7 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| 2.1.6. Забезпечення участі у форумах, виставках, інвестиційних заходах  (придбання та/або оренда засобів матеріально-технічного забезпечення) | 45,2 | **-** | **-** | 45,2 | **-** | 3,2 | **-** | **-** | 3,2 | **-** | Виготовлено 1 стенд мобільний (ролл-ап) для презентації індустріального парку, який використовується під час участі представників Сумської міської ради у різноманітних виставках, конгресах, ярмарках, та інших представницьких заходах | |
| 2.1.7 Забезпечення проведення стратегічних сесій. | 311,5 | **-** | **-** | 311,5 | **-** | 83,3 | **-** | **-** | 83,3 | **-** | В рамках розробки Стратегії розвитку міста Суми до 2030 року проведено 3 стратегічних сесії, а саме: «Формування бачення розвитку міста Суми», в якій взяли участь іноземні експерти, громадські активісти, представники структурних підрозділів Сумської міської ради, науковці, депутати та інші; «Бачення майбутнього та стратегічний вибір» за участю громадськості, науковців, місцевих самоврядців та експертів;  «Формування проектів та програм розвитку міста» за участю іноземних експертів, мешканців міста та представників виконавчих органів СМР. | |
| 2.1.8. Розробка Стратегії розвитку міста Суми до 2027 року. Практична частина. | 185,0 | **-** | **-** | 185,0 | **-** | 180,0 | **-** | **-** | 180,0 | **-** | Розроблена науково-технічна продукція «Стратегія розвитку міста Суми до 2027 року. Практична частина». | |
| 2.1.9. Розробка комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган) | 160,0 | **-** | **-** | 160,0 | **-** | 160,0 | **-** | **-** | 160,0 | **-** | В рамках розробки комунікаційної концепції бренда міста (позиціонування, легенда, слоган), виконані наступні завдання:   * проведено загальний аналіз ситуації (аналіз сприйняття міста ззовні, збір інформації: матеріали Сумської міської ради, напрацювання робочих груп, кабінетні дослідження, оцінка ситуації); * визначенно філософію, місію, ідеологію, цінності міста; * визначенно напрямку позиціонування. | |
| 2.1.10. Розробка візуальної концепції бренда міста – основна ідея бренду та її візуалізація | 120,0 | **-** | **-** | 120,0 | **-** | 120,0 | **-** | **-** | 120,0 | **-** | В рамках розробки візуальної концепції бренда міста, виконані наступні завдання:   * сформовано основну ідею бренду та її візуалізацію; * розроблений концепт-дизайн логотипу; * презентовано та обґрунтовано обрану «карту настрою» бренду. | |
| 2.1.11. Розробка логотипу міста та правил його використання | 68,0 | **-** | **-** | 68,0 | **-** | 68,0 | **-** | **-** | 68,0 | **-** | В рамках розробки логотипу міста та правил його використання, виконані наступні завдання:   * розроблено графічний файл зображення; * - розроблено текст та ілюстрацію гасла на 2 мовах (українська, англійська);   - розроблено кольорове рішення (можливість відтворення в кольоровому, монохромному, рельєфному виконанні);  - запропоновано приклади для використання логотипу та гасла, як на великих інформаційних площах, так і на офіційній, сувенірній та поліграфічній продукції. | |
| 2.1.12. Розробка бренд-буку міста (елементи та носії фірмового стилю) | 192,0 | **-** | **-** | 192,0 | **-** | 192,0 | **-** | **-** | 192,0 | **-** | В рамках розробки бренд-буку міста (елементів та носіїв фірмового стилю), виконані наступні завдання:   * розроблено стилеутворюючу графіку; * запропоновано ідеї впровадження бренду на носіях фірмового стилю. | |
| 2.1.13. Переклад на англійську мову Плану місцевого економічного розвитку міста Суми | 10,0 | **-** | **-** | 10,0 | **-** | 10,0 | **-** | **-** | 10,0 | **-** | Перекладено План місцевого економічного розвитку міста Суми англійською мовою (Україномовну та англомовну версії надіслано до Світового Банку для оцінки. | |
| 2.1.14. Забезпечення проведення громадських слухань | 50,8 | **-** | **-** | 50,8 | **-** | 49,5 | **-** | **-** | 49,5 | **-** | З метою врахування громадської думки та забезпечення максимальної участі громади у розробці стратегії розвитку міста 14 грудня 2019 року в академічному театрі ім. М.С. Щепкіна були проведені загальноміські громадські слухання. | |
| 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» | 134,2 | **-** | **-** | 134,2 | **-** | 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** | **752,6** | **-** | **-** | **752,6** | **-** | **337,9** | **-** | **-** | **337,9** | **-** |  | |
| 2.2.1. Забезпечення виготовлення презентаційного фотоальбому «Мої Суми: фотографії єднають» | 532,0 | **-** | **-** | 532,0 | **-** | 196,6 | **-** | **-** | 196,6 | **-** | Видано презентаційний фотоальбом «Мої Суми: фотографії єднають» | |
| 2.2.2. Проведення конкурсу відеопромороликів «Суми. Погляд сумчан» | 41,7 | **-** | **-** | 41,7 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| 2.2.3. Оплата послуг з розробки та розміщення інформації про події, заходи, фестивалі в місті Суми | 94,3 | **-** | **-** | 94,3 | **-** | 57,0 | **-** | **-** | 57,0 | **-** | Розміщувалась інформація на зовнішніх носіях про події, заходи, фестивалі в місті Суми. | |
| 2.2.4. Забезпечення трансляції святкових богослужінь за допомогою Інтернет-ресурсів або телебачення | 84,6 | **-** | **-** | 84,6 | **-** | 84,3 | **-** | **-** | 84,3 | **-** | Проведено онлайн-трансляції пасхальних богослужінь із Спасо-Преображенського та Свято-Воскресенського Соборів. | |
| **Завдання 2.3. Промоція міста Суми як відкритого інформаційного простору** | **1 032,0** | **-** | **-** | **1 032,0** | **-** | **588,0** | **-** | **-** | **588,0** | **-** |  | |
| 2.3.1. Забезпечення створення промоційних аудіо-, відеоматеріалів про сучасне місто Суми | 212,1 | **-** | **-** | 212,1 | **-** | 17,8 | **-** | **-** | 17,8 | **-** | Виготовлено промоційний відеоролик «Сучасне місто Суми. Здобутки та перспективи» | |
| 2.3.2. Забезпечення виготовлення та придбання елементів упаковки для промопродукції | 159,4 | **-** | **-** | 159,4 | **-** | 91,3 | **-** | **-** | 91,3 | **-** | Придбано екологічні види упаковки з символікою міста Суми для сувенірної промопродукції. | |
| 2.3.3. Забезпечення виготовлення та придбання промопродукції | 562,6 | **-** | **-** | 562,6 | **-** | 466,3 | **-** | **-** | 466,3 | **-** | 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) | 97,9 | **-** | **-** | 97,9 | **-** | 12,6 | **-** | **-** | 12,6 | **-** | Придбано поліграфічні промоційні матеріали | |
| **Завдання 2.4. Забезпечення проведення виїзних днів міста Суми в інших містах України** | **339,7** | **-** | **-** | **339,7** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** |  | |
| **Завдання 2.5. Забезпечення здійснення культурно-промоційної діяльності** | **5 664,8** | **-** | **-** | **5 664,8** | **-** | **3 289,0** | **-** | **-** | **3 289,0** | **-** | Протягом 2019 - 2021 років реалізовано різноманітні проєкти: мистецький фестиваль «Ніч музеїв», «Дні сталої енергії у місті Суми», «Weekend у Сумах для закоханих сердець», музичний фестиваль «Sumy Rock Fest», музичний фестиваль вуличної музики «Галерея Fest», велоквест «VeloLife» та екологічна акція «ЕкоКрос», мистецько-культурний фестиваль «Ніч міста», «Суми – козацьке місто: від давнини до сьогодення» тощо. Проведено екскурсії та квести містом, у т.ч. англомовні та онлайн, кінопокази, заходи із презентації бренду міста, лекції, майстер-класи, виставки художників, засідання літературного клубу, творчі зустрічі, презентації, тренінги тощо. | |
| **Завдання 2.6. Підтримка місцевого книговидання** | **535,0** | **-** | **-** | **535,0** | **-** | **324,7** | **-** | **-** | **324,7** | **-** | За підтримки Сумської міської ради видано книги: «Пошук істини» В. Щеглова (наклад 259 прим.), «З музою – до останку» П. Нестеренка (наклад 150 прим.), «Сумчани: інтеркультурний діалог» (наклад 300 прим.), «Суми: містяни, постаті, земляки» (наклад 300 прим.), «Сумщина олімпійська: Citius, Altius, Fortius!» О. Вертіля (наклад 91 прим.). «Долі: сумські перехрестя» (наклад 200 прим.).книгу «Суми: яскраві імена» (наклад 300 прим.). | |
| **Завдання 2.7.** **Формування механізмів підтримки і просування бренду міста Суми** | **930,4** | **-** | **-** | **930,4** | **-** | **354,7** | **-** | **-** | **354,7** | **-** |  | |
| 2.7.1.Розробка плану просування бренду міста щодо популяризації та сприйняття його як надійного та -позитивного образу міста | 150,0 | - | - | 150,0 | **-** | **-** | - | - | **-** | **-** | 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 | 370,0 | **-** | **-** | 370,0 | **-** | 65,0 | **-** | **-** | 65,0 | **-** | Загалом створено 1750 фото та 2 відеоролика (одно- та трихвилинний), які використовуються в соціальних мережах та на сайтах «Відвідайте Суми», «Інформаційний портал Сумської міської ради» з метою створення позитивного та конкурентоспроможного образу міста для місцевого жителя та туриста | |
| 2.7.3. Висвітлення бренду міста в різних каналах комунікації | 264,3 | **-** | **-** | 264,3 | **-** | 155,3 | **-** | **-** | 155,3 | **-** | Бренд висвітлено в соціальних мережах, сторінках фейсбук та інстаграм «Відвідайте Суми» та налаштована таргетована реклама. Також реклама бренду міста Суми налаштована в пошуковій системі гугл. | |
| 2.7.4 Моніторинг соціального медіа простору | 146,1 |  | - | 146,1 | - | 134,4 | - | - | 134,4 | **-** | Проведено моніторинг інформації про місто Суми та бренд міста. | |
| **Підпрограма 3. Зовнішні відносини Сумської міської ради та її виконавчого комітету** | | | | | | | | | | | | |
| **Всього на виконання підпрограми 3** | **4 702,6** | **-** | **-** | **4 702,6** | **-** | **1 330,7** | **-** | **-** | **1 330,7** | - |  | |
| **Завдання 3.1. Участь у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, ярмарках, виставках тощо** | **611,9** | **-** | **-** | **611,9** | **-** | **195,6** | **-** | **-** | **195,6** | **-** |  | |
| 3.1.1. Сплата організаційних внесків для участі у конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, форумах, ярмарках, виставках тощо | 71,7 | **-** | **-** | 71,7 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Сплата організаційних внесків не проводилась | |
| 3.1.2. Забезпечення участі офіційних делегацій міста Суми у міжнародних конференціях, семінарах, тренінгах, проектах, форумах, ярмарках, виставках тощо | 540,2 | **-** | **-** | 540,2 | **-** | 195,6 | **-** | **-** | 195,6 | **-** | Забезпечено участь представників СМР у заходах у містах: Краків, Люблін (Польща), Харбін (КНР), Анталія (Туреччина) | |
| **Завдання 3.2. Залучення іноземних експертів для обміну досвідом** | **699,9** | **-** | **-** | **699,9** | **-** | **56,7** | **-** | **-** | **56,7** | **-** |  | |
| 3.2.1. Залучення іноземних експертів за програмами SES, SKEW-CIM | 571,9 | **-** | **-** | 571,9 | **--** | 29,5 | **-** | **-** | 29,5 | **-** | Забезпечено організацію роботи у спеціальному реабілітаційному НВК №34 та належні умови перебування у м. Суми іноземних експертів за програмою SES | |
| 3.2.2. Проведення робочих зустрічей по обміну досвідом | 95,5 | **-** | **-** | 95,5 | **-** | 27,2 | **-** | **-** | 27,2 | **-** | Забезпечено організацію роботи та належні умови перебування у м. Суми муніципальних архітекторів з м. Люблін (Польща). | |
| 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) | 32,5 | **-** | **-** | 32,5 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| **Завдання 3.3. Придбання іміджевої продукції з символікою міста Суми** | **559,4** | **-** | **-** | **559,4** | **-** | **381,1** | **-** | **-** | **381,1** | **-** | 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** | **962,6** | **-** | **-** | **962,6** | **-** | **117,7** | **-** | **-** | **117,7** | **-** |  | |
| 3.4.1 Відрядження офіційних делегацій від міста Суми до зарубіжних країн з метою встановлення нових партнерських/дружніх відносин | 112,6 | **-** | **-** | 112,6 | **-** | -- | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| 3.4.2 Офіційний прийом іноземних делегацій із зарубіжних країн, що прибувають до міста Суми з метою встановлення та підтримки партнерських/дружніх відносин | 215,7 | **-** | **-** | 215,7 | **-** | 16,1 | **-** | **-** | 16,1 | **-** | Забезпечено прийом делегації м. Чжуцзі (КНР), відправку міжнародного поштового відправлення до міста-партнера Целлє (Німеччина) з символікою міста Суми, придбано предмети протокольної атрибутики. | |
| 3.4.3 Відрядження делегацій від міста Суми до міст-партнерів | 634,3 | **-** | **-** | 634,3 | **-** | 101,6 | **-** | **-** | 101,6 | **-** | Забезпечено участь представників СМР у різноманітних заходах у м. Враца (Болгарія), м. Люблін (Польща), м. Кутаїсі (Грузія) | |
| **Завдання 3.5. Забезпечення проведення урочистих заходів в місті Суми** | **1 455,5** | **-** | **-** | **1 455,5** | **-** | **500,2** | **-** | **-** | **500,2** | **-** |  | |
| 3.5.1 Організація прийому та перебування офіційних делегацій з нагоди проведення урочистих заходів в місті Суми | 593,7 | - | - | 593,7 | **-** | 86,2 | - | - | 86,2 | **-** | Організовано прийом та перебування офіційних делегацій з нагоди відзначення Дня міста | |
| 3.5.2. Організація проведення урочистих заходів з нагоди Дня Європи в місті Суми | 108,9 | **-** | **-** | 108,9 | **-** | 28,0 | **-** | **-** | 28,0 | **-** | Забезпечено проведення низку заходів до Дня Європи в МЦ «Романтика», Конгрес-центрі СумДУ, сквері Т. Шевченка, м-ні Незалежності, в парку Кожедуба, в онлайн-форматі («День Європи на дивані») | |
| 3.5.3. Організація проведення урочистих заходів з нагоди святкування Дня міста Суми | 508,3 | **-** | **-** | 508,3 | **-** | 366,3 | **-** | **-** | 366,3 | **-** | До Дня міста забезпечено проведення низки заходів: вітання новонароджених і молодят, урочиста сесія СМР, офіційний прийом міського голови офіційних делегацій та почесних громадян міста тощо | |
| 3.5.4. Організація прес-турів у місто Суми для журналістів з України та з-за кордону на період проведення міських святкувань | 94,4 | **-** | **-** | 94,4 | **-** | - | **-** | **-** | - | **-** | Відсутні бюджетні призначення | |
| 3.5.5. Організація проведення форуму видавців, літературного фестивалю та книжкового ярмарку в рамках проведення інформаційної кампанії «Я-сумчанин» | 150,2 | **-** | **-** | 150,2 |  | 19,7 | **-** | **-** | 19,7 | **-** | У рамках форумів організовано виставки книг місцевих видавництв і книгарень, презентації книг сумських авторів, міський фестиваль поезії «Ми-Суми!». | |
| **Завдання 3.6. Організація доставки гуманітарної допомоги зі Швейцарії «Конвой»** | **258,7** | **-** | **-** | **258,7** |  | **73,9** | **-** | **-** | **73,9** | **-** | У рамках співпраці м. Суми з м. Волен (Швейцарія) здійснювався супровід членів гуманітарних місій «Конвой», забезпечено прийом матеріальної допомоги для закладів освіти, охорони здоров’я, рятувальних служб, соціальних служб (всього близько 140 тон). | |
| **Завдання 3.7. Розширення співробітництва з містами України та зарубіжжя в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України»** | **154,6** | **-** | **-** | **154,6** |  | **5,5** | **-** | **-** | **5,5** | **-** |  | |
| 3.7.1 Організація робочих зустрічей в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України» | 103,7 | **-** | **-** | 103,7 |  | 5,5 | **-** | **-** | 5,5 | **-** | 14-15.03.2019 організовано зустріч експерта Ради Європи з інтеркультурності Ксенії Хованової-Рубікондо, засідання робочої групи з розробки Інтеркультурної стратегії м. Суми в рамках проєкту «Інтеркультурні міста», зустріч з іноземними студентами, які перебувають в Сумах. | |
| 3.7.2 Відрядження представників Виконавчого комітету Сумської міської ради в рамках програми Ради Європи «Інтеркультурні міста України» | 50,9 | **-** | **-** | 50,9 | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | **-** | Представники департаменту комунікацій та інформаційної політики в липні 2019 року брали участь у зустрічі координаторів програми «Інтеркультурні міста України» в м. Одеса. | |

Сумський міський голова Олександр ЛИСЕНКО

Виконавець: Дяговець О.В.