

STRATEGIA PROMOCJI GMINY ORNONTOWICE



AUTOR: ALEKSANDRA MALCZYK

ORNONTOWICE 2006

Strategia Promocji Gminy Ornontowice

Spis treści

CZEŚĆ I ANALIZA STANU ISTNIEJĄCYGO	2
Uwagi wstępne	2
Metoda wykonania opracowania	3
CZEŚĆ II ZAGREGOWANIE DANYCH	4
Wybrane profile Wizerunku Ornontowic	4
Mapa otoczenia	7
Tożsamość Ornontowic	8
Elementy wizualne, symbole związane z tożsamością Gminy Ornontowice	8
Elementy kształtujące tożsamość Ornontowic	14
STAŁE ELEMENTY TOŻSAMOŚCI ORNONTOWIC	14
ZMIENNE ELEMENTY TOŻSAMOŚCI ORNONTOWIC	17
CZEŚĆ III ANALIZA STRATEGICZNA	18
CZEŚĆ IV KIERUNKI I PRODUKTY PROMOCJI	22
CEL I - Promowanie niepowtarzalnych tradycji, zwyczajów i walorów kulturowych regionu: Z TRADYCJAMI W PRZYSZŁOŚĆ	22
CEL II - Promowanie rozwoju gospodarczego	29
CEL III - Promowanie rozwoju turystyki i sportu: AKTYWNI I ZDROWSI	33
CEL IV - Promowanie rozwoju nauki – hasło: WIEDZA KAPITAŁEM PRZYSZŁOŚCI	38
CEL V - Reorganizacja zarządzania promocją i informacją	40

CZĘŚĆ I ANALIZA STANU ISTNIEJĄCEGO

Uwagi wstępne

Niniejsze opracowanie ma charakter strategiczny, nie jest więc kompletnym i wyczerpującym planem działań w przyszłości, a jedynie wskazaniem kierunków i celów działań promocyjnych podejmowanych przez Gminę Ornontowice. Strategia promocji jako jedno z narzędzi rozwoju miejscowości pozwala na wykreowanie pozytywnego i zamierzonego wizerunku gminy:

- na zewnątrz; co ma na celu spowodowanie napływu kapitału i inwestycji,
- do wewnątrz; co ma na celu integrację społeczności lokalnej, uaktywnienie jej i włączenie w realizację strategii rozwoju gminy

W procesie tworzenia strategii promocji Ornontowic, dzięki identyfikacji zjawisk społeczno-gospodarczych oraz obecnej pozycji gminy, możliwe jest przedstawienie celów i zadań, których realizacja służyć będzie poprawie klimatu gospodarczego i konkurencyjnej pozycji Ornontowic.

Promocja miejscowości to zespół środków, za pomocą, których gmina (urząd) komunikuje się za społecznością lokalną, lansuje na zewnątrz swój wizerunek oraz przekazuje informacje ją charakteryzujące. Stanowi ona nieodzowny czynnik wspierający politykę władz samorządowych

W proponowanych dla Gminy Ornontowice zadaniach promocyjnych wykorzystane zostały metody odnoszące się do strategii antycypacji, czyli przewidywania zmian w otoczeniu, dzięki której można podjąć działania wyprzedzające nadchodzące zmiany i poprzez wcześniejsze przygotowanie odpowiednich mechanizmów i programów wdrożeniowych, dzięki czemu może zostać osiągnięta korzystna dla nas wizja rozwoju.

Prace nad strategią zostały poprzedzone rozpoznaniem zasobów gminy, jej struktur organizacyjnych oraz istniejących dokumentów zawierających plany strategiczne i wieloletnie rozwoju miejscowości, badania, jak również wydane publikacje związane z historią miejscowości. Jej założenia bazują na następujących dokumentach.

- Strategia Rozwoju Gminy Ornontowice
- Program Rozwoju Lokalnego
- Program ochrony krajobrazu w Gminie Ornontowice
- Miejscowy Plan Zagospodarowania Przestrzennego Gminy Ornontowice

- Badanie znajomości gminy Ornontowice wśród pośredników obrotu nieruchomościami oraz lokalnego rynku nieruchomości
- Dzieje Ornontowic
- Początki Ornontowic

Metoda wykonania opracowania

W trakcie prac podjęto następujące działania w kolejnych etapach:

Etap I. Analiza stanu aktualnego

1. Zebranie i systematyzacja danych
2. Analiza dokumentów strategicznych Gminy Ornontowice
3. Analiza dotychczas podejmowanych działań promocyjnych
4. Analiza założeń promocyjnych sąsiadujących miejscowości

Etap II: Zagregowanie danych

1. Określenie profili wizerunkowych gminy (wyróżniki konkurencyjności)
2. Określenie mapy otoczenia w działaniach komunikacyjno-promocyjnych
3. Określenie istniejących i ważnych, z punktu widzenia działań promocyjnych, elementów tożsamości Ornontowic
4. Identyfikacja kluczowych obszarów
5. Analiza SWOT pod kontem zdolności konkurencyjnej, uwarunkowań rozwoju, jak i możliwości promocji

Etap III. Opracowanie projektu strategii promocji

1. Określenie wizerunku Gminy na poziomie misji
2. Określenie elementów wizerunku – cele nadrzędne
3. Sformułowanie programów operacyjnych

CZĘŚĆ II ZAGREGOWANIE DANYCH

Wybrane profile Wizerunku Ornontowic

Profil mieszkańców – średniej wielkości gmina śląska, której mieszkańcy odznaczają się dużą pracowitością i przedsiębiorczością. Ornontowiczanie zawsze byli dobrymi gospodarzami, którzy wiedzą czego chcą, konsekwentnie zaczynają i kończą swoje dzieła. Większość obywateli w wieku produkcyjnym. Miejscowość o zwiększającym się przyroście naturalnym.

Profil ekologiczny – Ornontowice cieszą się w województwie śląskim opinią gminy ekologicznej. Oznacza to m.in. stabilność w zakresie gospodarki wodno-ściekowej oraz realizacji strategii grzewczej. Od 1991 roku Gmina kładzie szczególny nacisk na inwestycje sprzyjające poprawie środowiska naturalnego. Poprzez prowadzone inwestycje następuje poprawa we stanu środowiska atmosferycznego oraz w biosferze, hydrosferze i litosferze. Miejscowość odznaczona w tej dziedzinie licznymi nagrodami.

Profil kulturowy – gmina o ponad 700-letniej tradycji, która w początkach swego istnienia była wsią rycerską. Świadcami historii są tu wspaniałe pomniki przyrody, zabytkowe budynki na czele z Zabytkowym Założeniem Pałacowo-Parkowym. Ornontowice stanowią dzisiaj przykład miejscowości, której krajobraz kulturowy ukazuje etap historyczny Śląska w latach siedemdziesiątych XIX wieku, związany z gwałtownym rozwojem gospodarczym i kulturowym. Ma to szerokie odzwierciedlenie w kultywowaniu przez mieszkańców polskich i śląskich zwyczajów, obrzędów i tradycji. Coroczne obchody Barburka czy też Dożynek są tego najlepszym wyrazem.

Polskość i Śląskie tradycje pielęgnowane są w każdym domu. Tutaj można przekonać się o śląskiej gościnności i tak charakterystycznego dla Ślązaków szacunku do pracy i pracowitości ludzi „Tej Ziemi”.

Profil gospodarczy – miejscowość o dominującej pozycji przemysłu wydobywczego, poprzez lokalizację na jej terenie Kopalni Węgla Kamiennego „BUDRYK” (jednej z najlepiej prosperujących w Polsce i najnowocześniejszej w Europie)

Dzięki przedsiębiorczym i aktywnym obywatelom na terenie Gminy rozkwita drobna przedsiębiorczość. Można zaobserwować rozwój jednoosobowych firemek w duże firmy rodzinne. Wiele inicjatyw podejmują również miejscowi rolnicy rozwijając swoje gospodarstwa, dzięki czemu są dobrze przygotowani do konkurencji na rynkach europejskich. Działające na terenie Ornontowic liczne przedsiębiorstwa i firmy, znalazły swoje miejsce w gospodarce wolnorynkowej, systematycznie podnosząc jakość oferowanych usług i produktów, rozwijają się i zdobywają nowe rynki

Profil krajobrazowy – pomimo uprzemysłowienia i zurbanizowania tych ziem, w wielu urokliwych zakątkach gminy można podziwiać piękno polskiej przyrody. Są tutaj zarówno piękne lasy i zagajniki, jary i potoki, małe poletka i rozłożyste pola, które na wiosnę pokryte są kwiatami rzepaku a latem złocą się kłosami zbóż

Na szczególną uwagę zasługuje park z trzema stawami stanowiący element Zabytkowego Założenia Pałacowo-Parkowego oraz Aleja Dębów. Na terenie Ornontowic znajduje się 39 pojedynczych drzew uznanych za pomniki przyrody, głównie dębów szypułkowych, grabów pospolitych i lip drobnolistnych, ale także drzew egzotycznych, takich jak jodła jednobarna, gledicja trójcierniowa czy buk pospolity (odmiana purpurowa). Znajdują się tutaj również kompleksy leśne posiadające status lasów ochronnych, w których można spotkać wiele gatunków ptaków. Podczas niedzielnego spaceru cierpliwi obserwatorzy mają szansę na dostrzeżenie samy, zająca bądź też lisa.

Profil oświatowy – Wysoki standard oświaty do poziomu ponadgimnazjalnego zapewniają, nie tylko zmodernizowane obiekty z dobrym zapleczem sportowym, ale przede wszystkim wykwalifikowana i oddana swojej pracy, kadra pedagogiczna.

Profil sportowy – miejscowość cechująca się dużym zaangażowaniem w rozwój sportu, w szczególności poprzez prowadzenie działań mających na celu podnoszenie poziomu kultury fizycznej społeczeństwa od jak najmłodszych lat. Znalazło to również swój wyraz:

w realizowanych inwestycjach m.in przy Zespole Szkół, jak nowe boisko sportowe o nawierzchni tartanowej; jak nowa Hala Sportowa przy Gimnazjum; w Gminnym Planie Zagospodarowania Przestrzennego, przez przeznaczenie terenów, jako tereny sportu i turystyki (w południowej części gminy oraz w pobliżu osiedla przy ulicy Akacjowa), w planach budowy krytej pływalni. Efektem tych starań jest stworzony projekt ścieżek rowerowych na terenie Gminy, z których część została już oznakowana. Można dzięki temu spędzić miło czas na łonie natury dbając jednocześnie o własną aktywność fizyczną.

Prężnie działający Górnicy Klub Sportowy „GWAREK”, z sekcjami piłki nożnej tenisa stołowego, szachów, skata. Coroczny udział Ornontowic w Sportowym Turnieju Miast i Gmin, co skutkuje osiąganiem miejsc w czołowej piątce laureatów, jak również coraz większym zaangażowaniem społeczności lokalnej, w codzienną aktywność fizyczną.

Profil rekreacyjny – miejsce zapewniające mieszkańcom oraz przybyszom możliwość odpoczynku w przyjaznym i czystym otoczeniu.

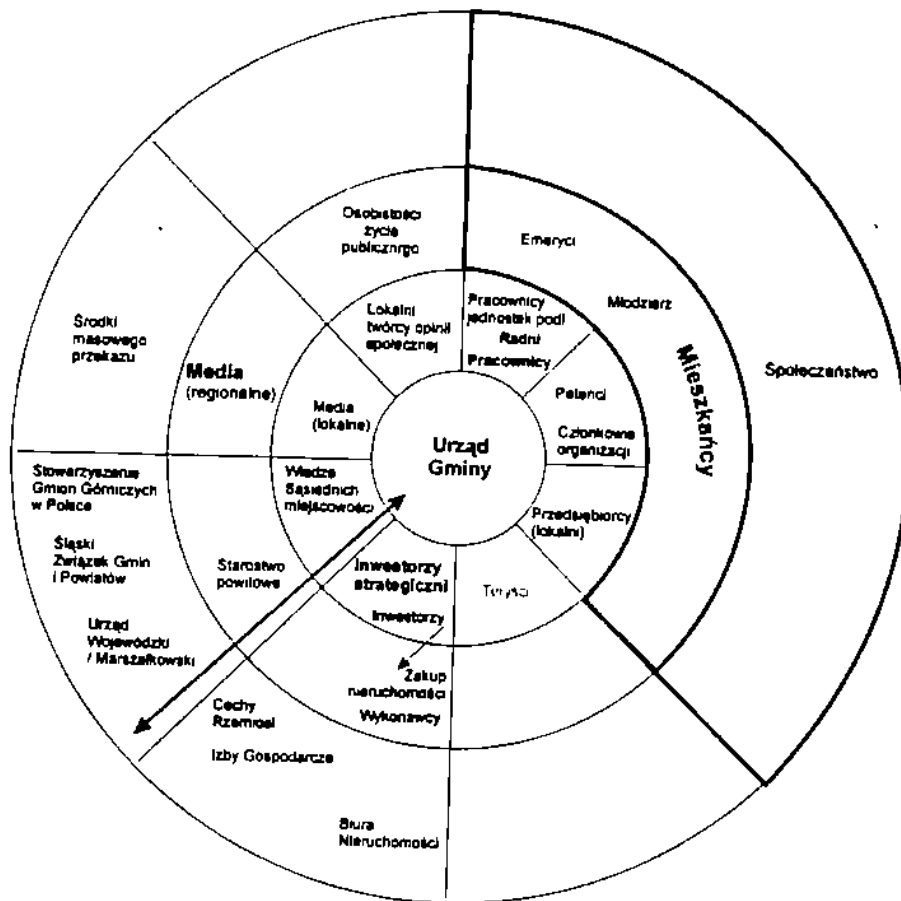
Gmina wprowadzająca zagospodarowanie terenów na potrzeby aktywnej rekreacji, a poprzez inwestowanie w rozwój ścieżek rowerowych oraz utrzymanie i uatrakcyjnienie zabytkowego parku, popularyzujące ekologiczny sposób życia.

Profil turystyczny – poprzez walory przyrodnicze, ekologiczne oraz kulturowe istnieje szansa na rozwój turystyki rekreacyjno-weekendowej. Wytyczone i oznakowane ścieżki rowerowe.

Mapa otoczenia

Niniejsza „mapa otoczenia” została stworzona w celu zdefiniowania grup docelowych działań informacyjno-promocyjnych, zarówno w aspekcie kreowania wizerunku wewnątrz jak i na zewnątrz miejscowości. Ze względu na indywidualne potrzeby i cechy danych grup oraz różnego ich znaczenia w procesie kształtowania wizerunku gminy, konieczne jest uwzględnienie tej różnorodności w podejmowanych działaniach promocyjnych.

Otoczenie Urzędu Gminy Ornontowice w działaniach informacyjno-promocyjnych



Opracowanie Aleksandra Malczyk

Tożsamość Ornontowic

Pojęcia wizerunki i tożsamości organizacji są często mylone, dlatego należy w tym miejscu wyjaśnić tą kwestię. Wizerunek organizacji jest tym co ludzie o niej myślą, jak ją widzą i odbierają, tożsamość zaś – za pomocą czego lub kogo ją identyfikują. Pojęcie tożsamości organizacji określa, jak ona sama siebie identyfikuje i wyróżnia z otoczenia nazwa, logo, materiały promocyjne

Elementy wizualne, symbole związane z tożsamością Gminy Ornontowice

HERB GMINY ORNONTOWICE

Przyjęty Uchwałą Nr XXII/117/93 Rady Gminy z dnia 7 lipca 1993 roku



Opis wyglądu

Tarcza dwupolowa dzielona w słup.

W prawym polu czerwonym orzeł biały, w lewym polu błękitnym święty

Archanioł biały w aureoli złotej, z mieczem złotym, trzymający włócznię złotą.
Proporcje: szerokość 102,0 mm; wysokość 112,0 mm

Uzasadnienie Wyglądu:

Herb gminy Ornontowice został uchwalony w 1993 roku, nawiązuje do wydarzeń historycznych okresu walk niepodległościowych - plebiscyту oraz powstania śląskie, kiedy to Śląsk opowiadał się za przynależnością do Polski.

Chcąc uhonorować bohaterów tamtych wydarzeń, wywodzących się ze środowiska gminnego, w prawym polu tarczy umieszczono orła białego plebiscytowego z pieczęcią, na czerwonym tle, który został zaakceptowany przez radę oraz społeczeństwo lokalne. W mniejszym stopniu brano pod uwagę region. W okresie, kiedy herb powstawał wyżej wymienione wydarzenia były ważniejsze, aktualne na czasie.

W lewym polu na błękitnym tle umieszczony jest święty Archanioł – patron parafialnego kościoła, który od momentu uchwalenia stał się również patronem gminy.

Sztandar Gminy Ornontowice

Przyjęty Uchwałą Nr XLII/237/2001 Rady Gminy z dnia 27 czerwca 2001 roku

Płat materiału o wymiarach 100 x 100 cm



Awers w kolorach biało-błękitno-czerwonym. W środkowej części na polu białym herb gminy. Nad herbem napis: "GMINA ORNONTOWICE", pod herbem data powstania i rok ufundowania sztandaru - kolor błękitny, pola po bokach herbu w kolorze czerwonym.



Rewers w kolorze biało-błękitnym. W środkowej części na polu białym symbolika regionu Śląskiego - herb przedstawiający orła górnośląskiego: na błękitnym tle orzeł złoty. Nad herbem napis. "BÓG", pod herbem napis: "HONOR OJCZYŻNA".

Obydwie strony ozdobione dekoracyjną ornamentyką złotą i srebrną, zakończone po bokach złotymi frędzlami.

Drzewce wraz z metryczką, głowicą symbolizującą herb gminy i wycior.

Flaga Gminy Ornontowice

Przyjęta Uchwałą Nr XL/227/2001 Rady Gminy z dnia 24 maja 2001 roku



Flaga nawiązuje swoją grafiką, barwą do herbu.

Płat materiału podzielony w lewo skos. Górny trójkąt w kolorze białym, na nim herb gminy, dolny trójkąt w kolorze błękitnym. Środkowy pas - kolor czerwony.

Herb ,flaga jak i sztandar tworzą jeden charakter, pod względem barw i symboliki

Patron: Św. Michał Archanioł¹



Niemal od początków istnienia Ornontowic św. Michał Archanioł był patronem tutejszej parafii a tym samym całej miejscowości

Michał po hebrajsku znaczy: Któż jak Bóg! Michał jest uważany za największego ze wszystkich aniołów w żydowskich, chrześcijańskich i mahometańskich religiach. Według tradycji chrześcijańskiej i żydowskiej, kiedy Lucyfer wraz z częścią aniołów zbuntował się przeciwko Bogu i nakłonił do buntu część aniołów, Michał wystąpił jako pierwszy przeciwko niemu z okrzykiem: "Któż jak Bóg!" Współpracując z łaską Bożą, wysłużył sobie nie tylko szczęście wieczne, ale i nowe łaski i dary, przez które stał się najpiękniejszym, najpotężniejszym i najprzedniejszym pomiędzy wszystkimi aniołami, zwany jest „Księciem Zastępów Anielskich”.

Archaniola Michała przedstawia się ubranego w zbroję, z mieczem w ręku, zabijającego smoka; albo z wagą, na której odmierza on ciężar dobrych i złych uczynków zmarłego. Towarzyszy umierającym w odejściu ich dusz do nieba.

Archanioł Michał patronuje: umierającym, mierniczym, szermierzom, rentgenologom, rytownikom, złotnikom, szlifierzom i kaplicom cmentarnym. Św. Michał Archanioł czczony jest jako Patron Kościoła świętego; opiekun chroniący przed wszelkimi złymi duchami; zwycięski obrońca w walce z szatanem, z jego pokusami i mocami piekielnymi. Kościół Wschodni czci go także jako patrona ludzi chorych

Ku czci św. Michała wystawiono mnóstwo kościołów. Wśród nich dominuje katedra w Brukseli, zawierająca bardzo bogaty skarbiec. Nie ma na świecie poważniejszej świątyni katolickiej z czasów średniowiecza bez ołtarza lub bodaj wizerunku św. Michała. Św. Michał był uważany i czczony jako patron narodu wybranego, a w Nowym Testamencie jest czczony jako patron Kościoła.

O popularności św. Michała i wielkiej jego czci w dawnej Polsce świadczy również fakt wystawienia pod jego wezwaniem aż 309 kościołów. Sama archidiecezja wrocławska posiada ich 66. Wśród nich wyróżnia się okazałością kościół Św. Michała we Wrocławiu, będący pod opieką synów św. Jana Bosko. Imię Michał bywa do dnia dzisiejszego nadawane

¹ <http://www.szkoły.edu.pl/gims.lubliniec/mstrozyk/anioly/biblia/3.html>

tak mężczyznom, jak i w żeńskiej odmianie — niewiastom. Wreszcie aż 222 miejscowości w Polsce zawdzięcza swoją nazwę imieniu św. Michała.

Od ostatniej reformy kalendarza kościelnego (14 II 1969) 29 września św. Michał ma swoje odrębne święto.

Lilaki – Ornontowickie Bzy

Dbając o piękno przyrody w 2003 roku rozpoczęto akcję nasadzenia bzów, która jest nieodłącznie związana z świętowaniem w 2005 roku obchodów 700-lecia istnienia Ornontowic. Urząd Gminy Ornontowice nieodpłatnie przekazuje i sadi krzewy lilaka, mieszkańcy natomiast udostępniają w zamian miejsce nasadzenia drzewka (w bliskiej odległości od ulicy) oraz zobowiązują się do ich pielęgnacji. Zakończenie całego przedsięwzięcia jest planowane na 2006 rok, kiedy to przy każdym domu w Ornontowicach będą rosły bzy. Jednocześnie przedsięwzięcie to wprowadziło bez jako stały element wizerunku Ornontowic, ponieważ młode sadzonki bzu stając się co roku większe i bardziej okazałe, mają przypominać o ciągłym rozwoju Ornontowic oraz ich rozkwicie.

W tym miejscu warto wspomnieć, iż tak popularne u nas lilaki trafiły do Europy dopiero w XV wieku. Pierwsi zachwycali się tym krzewem Turcy, ozdabiał on sławetne sultańskie ogrody. To właśnie oni nadali mu nazwę lellak (stąd lilak, a od niego kolor liliowy). Europejscy podróżnicy barwnie opisywali kwiaty tych krzewów jako „lisie ogony”, dlatego zostały sprowadzone do Europy. Do dzisiejszych czasów wyhodowano około 1000 odmian lilaka pospolitego oraz liczne gatunki mieszańcowe.

Piękne kwiaty bzów stały się nieodzownym elementem wizerunku Ornontowic. Pomatu w świadomości mieszkańców stają się pachnącym symbolem miejscowości. Symbolizują prężny rozwój Ornontowic, które tak jak nasadzone drzewka lilaka są coraz większe i piękniejsze z roku na rok. W przyszłym roku planowane jest pierwsze święto kwitnącego bzu, które zapewne na stałe wpisze się w kalendarz imprez w Ornontowicach.

Statuetka „Ornontowickie Bzy”

Przyjęta Uchwałą Nr XXXVIII/241/05 Rady Gminy Ornontowice z dnia 19 maja 2005 roku.

Statuetka wzorowana jest na podobieństwo gałązki bzu z liśćmi i kwiatem oraz herbem Gminy Ornontowice wraz z nazwą statuetki stanowi jedną część, osadzoną

na drewnianym postumencie. Na tymże postumencie grawerowane jest nazwisko osoby, której statuetkę przyznano oraz rok przyznania.

Statuetka jest bryłą przestrzenną o wymiarach podstawa o szerokości 12 cm, wysokość statuetki 25 cm, wykonana jest z brązu oraz drewna dębowego.

Hejnał Ornontowic

Przyjęty Uchwałą Nr XXXIX/247/05 Rady Gminy Ornontowice z dnia 16 czerwca 2005 roku

Kolory

Oficjalnie przyjęte kolory, jako wykorzystywane w symbolice, publikacjach, tworzonych gadżetach itd., to: Żółty i Niebieski.

Elementy kształtujące tożsamość Ornontowic

STAŁE ELEMENTY TOŻSAMOŚCI ORNONTOWIC

RODOWÓD HISTORYCZNY

Nazwa miejscowości pochodzi prawdopodobnie od imienia Reinold i zmieniając się na przestrzeni wieków (Reinsdorf, Rynoltowitze, Rynultowice, Ormuntowice), uzyskała obecnie brzmienie Ornontowice.

Najstarsza wzmianka o Ornontowicach [1305 r.] znajduje się w „Liber fundationis episcopatus vratslaviensis”. Była to wówczas wieś fundowana na prawie niemieckim, w której od 1335 r. istniała parafia, należąca do dekanatu gliwickiego. W okresie reformacji, wieś o przewadze wiernych wyznania rzymsko – katolickiego podupadła, a kościół przeszedł w ręce ewangelików.

Pierwszym, znanym z nazwiska właścicielem Ornontowic był [w 1453 r.] Maciej Rencz z Rynolticz. Wieś odziedziczyli po nim synowie: Piotr i Mikołaj. Kolejni znani właściciele Ornontowic [od 1523 r.] to: Piotr Rynultowski, Jan Rynultowski, a następnie Szczesny Rynultowski.

W roku 1883 majątek ornontowicki został własnością rodziny Hengenscheidt, która związała się z nim aż do roku 1945, inwestując swoje pieniądze w jego rozwój. Wilhelm Hengenscheidt przybył do Gliwic w roku 1853 zakładając tam fabrykę drutu oraz stał się właścicielem huty Baildon. Wybudował w Ornontowicach kościół murowany. Nigdy jednak nie zamieszkał w nowozakupionym majątku. Powierzył opiekę nad dobrami ziemskimi,

dworkiem i lasami swojemu pełnomocnikowi. Pełnił on funkcje do momentu, kiedy w Ornontowicach zamieszkał spadkobierca Wilhelma, Otto Hengenscheidt.

Od zarania dziejów Ornontowice to wieś rolniczo – przemysłowa. Według zachowanych zapisów, już w roku 1634 na ziemi ornontowickiej istniała solarnia, w której warzono sól wielicką. W roku 1798 ówczesny właściciel wsi otworzył kopalnię węgla kamiennego. Do połowy XIX wieku czynne były w Ornontowicach dwie cynkownie, a do roku 1860 wielki piec do wytapiania rudy żelaza. Poza tym istniały tu także wapienniki, cegielne, kamieniołomy, młyny, tartak, huta szkła i fabryka łańcuchów.

Z końcem XVIII wieku w centralnej części Ornontowic ukształtowane zostało założenie pałacowo – parkowe, stanowiące obecnie zespół elementów zabytkowych (obecna nazwa: *Zabytkowe Założenie Pałacowo – Parkowe w Ornontowicach*). Do dzisiaj przetrwał okazały pałac, zabudowania folwarczne oraz tereny parkowe ze starodrzewem i trzema paciorkowymi stawami. Jako romantyczna rezydencja w stylu niderlandzkiego manieryzmu. W 1897 r. powstał folwark pałacowy, którego do dzisiaj zachowane obiekty zbudowane zostały w stylu neoklasycystycznym.

Do końca II wojny światowej obiekty pałacowe były główną siedzibą rodu Hengenscheidtów, jednych, a zarazem ostatnich właścicieli posiadłości. Po 1945 roku w obiektach pałacowych i zabudowaniach folwarcznych umieszczono *Państwowe Technikum Rolnicze w Ornontowicach*. Dopiero w 1998 roku nieruchomości te zostały przejęte przez Gminę Ornontowice i skomunalizowane.

Odrębność administracyjną Ornontowic usankcjonowało Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 22 grudnia 1990 roku, które w życie weszło dnia 2 kwietnia 1991 roku. Dopiero od tego momentu Ornontowice uzyskało odrębność administracyjną, a mieszkańcy poprzez swój demokratycznie wybrany samorząd sami mogli decydować o codziennym życiu i rozwoju własnej miejscowości.

DZIEDZICTWO KULTUROWE

Ornontowice stanowią dzisiaj przykład miejscowości, której krajobraz kulturowy ukazuje etap historyczny Śląska w latach siedemdziesiątych XIX wieku, związany z gwałtownym rozwojem gospodarczym i kulturowym. Świątkami historii są tu wspaniałe pomniki przyrody, zabytkowe budynki na czele z Zabytkowym Założeniem Pałacowo-Parkowym.

„Ornontowice są dziejowym mikrokosmosem .. Tu wszystkie ważne wydarzenia widać w mikroskali”. Wielkie kryzysy, gwałtowny bum gospodarczy oraz procesy przemian dotyczyły

tutaj konkretnych ludzi. Tutaj nie pozostaje się anonimowym obywatelem, tu każdy ma swoją **MAŁĄ OJCZYZNĘ**"

Ma to szerokie odzwierciedlenie w kultywowaniu przez mieszkańców polskich i śląskich zwyczajów, obrzędów i tradycji. Coroczne obchody Barbórki czy też Dożynek są tego najlepszym wyrazem. Organizowane są również liczne festyny, wystawy, koncerty i inne interesujące wydarzenia kulturalne. „Wieczór z Pieśnią Śląską” czy „DNI ORNONTOWIC” to w Ornontowicach bardzo ważne wydarzenia dla mieszkańców, które już na stałe wpisane są do kalendarza imprez kulturalnych w naszej gminie.

Gmina Ornontowice szczeni się działalnością kulturalną o wieloletnich tradycjach. Poprzez Gminny Dom Kultury sprawuje mecenat nad chórem „Jutrzenka”, zespołem folklorystycznym „Marzanki” oraz młodzieżą, skupioną w różnych zespołach artystycznych. Polskość i Śląskie tradycje pielęgnowane są w każdym domu. U nas mozesz przekonać się o śląskiej gościnności i tak charakterystycznego dla Ślązaków szacunku do pracy i pracowitości ludzi „Tej Ziemi”.

LOKALIZACJA

Ornontowice, są gminą mieszczącą się kilkanaście kilometrów od dużych centrów społeczno-gospodarczych woj. śląskiego. Miejscowość rozbudowała się głównie wzdłuż potoku płynącego z orzeskich wzgórz na północ ku Kłodnicy. Pod względem administracyjnym należy do Powiatu Mikołowskiego. Powierzchnia Gminy stanowi obszar 15,10 km², który zamieszkuje około 5600 mieszkańców.



Odległości Ornontowic od miast w regionie

ZASOBY NATURALNE

Występują bogate złoża węgla kamiennego o formie pokładowej. W złożach występuje metan w stanie wolnym jak i w stanie sorpcji

ZMIENNE ELEMENTY TOŻSAMOŚCI ORNONTOWIC

W procesie opracowywania niniejszego dokumentu, brano pod uwagę następujące zmienne elementy tożsamości gminy:

- sytuacja gospodarcza kraju
- polityka państwa
- występowanie i poziom rozwoju gmin konkurencyjnych
- sytuacja ekonomiczna w gminie
- stan infrastruktury,
- itd

Z przeprowadzonych analiz wynika iż Gmina Ornontowice, przy silnej tożsamości, posiada neutralny wizerunek

CZĘŚĆ III ANALIZA STRATEGICZNA

Analiza uwarunkowań zewnętrznych oraz wewnętrznych wpływających na Gminę Ornontowice, pozwala na identyfikację najistotniejszych mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń, czyli tzw. analizę SWOT mającą zasadnicze znaczenie dla proponowanej strategii promocji.

MOCNE STRONY

- Bogate dziedzictwo kulturowe i historyczne gminy
- Identyfikacja społeczności z śląskimi tradycjami, zwyczajami,
- Funkcjonowanie gwary, jako elementu łączącego społeczność,
- Jasno określone i spójne symbole gminy, herb, sztandar, hejnał
- Patron miejscowości posiadający silne i pozytywne atrybuty,
- Wysoki standard prowadzonych działań proekologicznych
- Ciekawe miejsca
- Stabilność w realizacji celów strategicznych gminy dzięki apolityczności w Radzie Gminy,
- Wysoka jakość usług w Urzędzie Gminy
- Dbalność władz o mieszkańców
- Korzystne położenie geograficzne – bliskość aglomeracji górnośląskiej
- Duży potencjał ludzki, korzystna sytuacja demograficzna, wzrost liczby osób w wieku produkcyjnym
- Niski poziom bezrobocia, przy jednoczesnym podjęciu działań zmniejszających je i aktywizujących młodzież (działalność GCI)
- Uporządkowany urbanistycznie rozwój gminy (ład przestrzenny)
- Liczne nagrody i wyróżnienia świadczące o ciągłym rozwoju miejscowości
- Wysoka pozycja w rankingach redakcji „Rzeczpospolitej”. „Złota setka gmin polskich”

SŁABE STRONY

- Nadmierne kojarzenie wizerunku Ornontowic z Kopalnią Węgla Kamiennego „BUDRYK”
- Słaby przepływ informacji pomiędzy instytucjami, organizacjami oraz grupami społecznymi
- Brak bezpośredniej informacji zwrotnej w komunikacji Urzędu Gminy z mieszkańcami, niektórymi Jednostkami Organizacyjnymi, przedsiębiorstwami,
- Słaba integracja społeczności
- Brak markowych produktów
- Rosnące oczekiwania społeczeństwa co do podniesienia jakości życia społecznego w stosunku do samorządowców, z jednoczesnym zanikaniem „oddolnych” inicjatyw społecznych i zaangażowania społeczeństwa w życie gminy
- Zły stan dróg powiatowych, które przez mieszkańców i przejezdnych, identyfikowane są jako należące do Gminy – przez co miejscowość jest negatywnie kojarzona,
- Degradacja środowiska oraz nieruchomości związane z ruchem zakładu górniczego
- Słabe powiązania komunikacji publicznej z aglomeracją górnośląską
- nierozwinięty sektor usług turystycznych
- Słaby lobbing regionalny, krajowy i zagraniczny
- Brak planowych i zintegrowanych działań promocyjnych

SZANSE

- Rozwój tzw. „Turystyki rekreacyjno-weekendowej”
- Rozwój infrastruktury recepcyjnej, a w szczególności bazy noclegowej, campingowej i obiektów gastronomicznych,
- Rozwój bazy sportowo-rekreacyjnej z jednoczesną promocją aktywnego trybu życia
- Wykorzystanie tradycji słowiańskich, wsi rycerskich oraz śląskich do stworzenia nowego produktu turystycznego jak i promocyjnego miejscowości
- Zainteresowania budownictwem oraz mieszkalnictwem po za centrami dużych aglomeracji miejskich, w ościennych, spokojnych miejscowościach
- Rozwój handlu i usług

- o Rozwój przemysłu nieuciążliwego dla środowiska
- o Możliwość korzystania z istniejących funduszy strukturalnych i programów rządowych
- o Rozwój współpracy gminy z lokalnymi, krajowymi i zagranicznymi środowiskami gospodarczymi, artystycznymi i sportowymi
- o Stworzenie w centrum gminy przestrzeni publicznej – Rynku
- o Adaptacja Pałacu Hegenscheitów, pod centrum hotelowo - szkoleniowe przez prywatnego inwestora;

ZAGROŻENIA

- o Kojarzenie Ornontowic, w otoczeniu miejscowości, przede wszystkim z kopalnią
- o Negatywny odbiór społeczny przemysłu węglowego, kojarzenie kopalni z zwolnieniami, niepokojem społecznym, zanieczyszczeniem środowiska, brudem
- o Brak zrozumienia i zaangażowania władz powiatu i województwa w sprawy gminy, w szczególności w kwestiach zależnych od nich (np. naprawa dróg)
- o Spadek dochodów gminy w wyniku zbyt dużego fiskalizmu państwa
- o Szybki rozwój sąsiednich gmin (konkurencja)
- o Niestabilność i niedoskonałość przepisów
- o Zwiększenie kompetencji i obowiązków gmin bez zabezpieczenia odpowiednich środków finansowych i przez to wzrastający koszt utrzymania
- o Brak inwestorów w zakresie infrastruktury turystycznej

Przeprowadzona analiza wyraźnie wskazuje na duże możliwości rozwoju gospodarczego, wykreowanie i promocję nowego wizerunku Ornontowic.

W wyniku przeprowadzonych prac i konsultacji zostały uzgodnione następujące priorytety promocji:

1. promocja tradycji, zwyczajów i walorów kulturowych regionu
2. promocja gospodarcza
3. promocja turystyczna
4. promocja sportu
5. promocja nauki
6. dostosowanie struktur Urzędu Gminy do właściwego wdrażania strategii promocji

Na podstawie przedstawionych priorytetów zostały opracowane:

- cele strategiczne
- programy operacyjne
- zadania, które są konkretnymi działaniami i sposobami realizacji programów operacyjnych, które zostaną zaprezentowane w następującym układzie:
 - Nazwa zadania
 - Partnerzy wewnętrzni i zewnętrzni
 - Źródła finansowania
 - Planowane efekty podjętych działań

CZĘŚĆ IV KIERUNKI I PRODUKTY PROMOCJI

Misja zawarta w Strategii rozwoju Gminy Ornontowice

Gmina Ornontowice Mekką edukacji Regionalnej

Główny celem proponowanej strategii promocji jest wspieranie strategicznych celów kierunkowych zawartych w Strategii Rozwoju Gminy Ornontowice i kształtowanie wizerunku Ornontowic:

jako miejscowości o coraz lepszych warunkach życia mieszkańców i indywidualnych charakterze rolniczo-przemysłowym, posiadającej bogate tradycje i zwyczaje, chroniącej wartości przyrodniczo-kulturowe, otwartej na inwestorów, miejscowości o wzrastającej randze w regionie, województwie i w kraju.

ORNONTOWICE – PRZYJAZNE SĄSIEDZTWO

Kierunki promocji określają następujące nadrzędne cele strategiczne:

- CEL I - Promowanie niepowtarzalnych tradycji, zwyczajów i walorów kulturowych regionu – hasło: Z TRADYCJAMI W PRZYSZŁOŚĆ
- CEL II - Promowanie rozwoju gospodarczego –
- CEL III - Promowanie rozwoju turystyki i sportu – hasło: AKTYWNI I ZDROWSI
- CEL IV - Promowanie rozwoju nauki – hasło: WIEDZA KAPITAŁEM PRZYSZŁOŚCI
- CEL V - Reorganizacja zarządzania promocją i informacją

CEL I - Promowanie niepowtarzalnych tradycji, zwyczajów i walorów kulturowych regionu: Z TRADYCJAMI W PRZYSZŁOŚĆ

realizowany będzie za pomocą następujących programów operacyjnych:

1. Program „W Słowiańskiej duszy gra”
2. Program „Co Śląskie bliskie NAM”
3. Program „W integracji siła”
4. Program „Siłą Archanioła”

I.1. Program „W Słowiańskiej duszy gra”

Odwołanie się do tradycji słowiańskich, głęboko zakorzenionych w tradycji ludowej oraz ogólnie przyjętych skojarzeń związanych z określeniem „Dusza Słowiańska”

ZADANIA:

1. Noc Świętojańska – przywołanie tradycji związanych z tym świętem i organizacja niepowtarzalnej w regionie imprezy na stawie nr 2 w części gminnej Założenia Pałacowo-Parkowego.

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie,

Efekt: stworzenie nowego bardzo atrakcyjnego „produktu” promocji gminy; integracja mieszkańców

2. Ostatki (Zapusty), tłusty czwartek, przypomnienie i pielęgnacja tych i innych zwyczajów oraz wzbudzenie w świadomości mieszkańców faktu, iż powinni być dumni z bogactwa kulturowego.

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie nowego „produktu” promocji gminy; integracja mieszkańców, wzmocnienie tożsamości lokalnej

3. „Utopce, strzygi, wodniki, itd” Spisanie przekazywanych niegdyś ustnie opowiadań o działaniu tych postaci z wierzeń ludowych

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, jednostki oświatowe

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: zachowanie ważnego elementu tożsamości mieszkańców regionu, który jest pomалу skazywany na zapomnienie

4. Jako, że naturę słowiańską uważa się za romantyczną - organizacja wieczorów poetyckich, wystaw, wernisaży, upowszechniających wśród mieszkańców twórczość na światowym poziomie oraz promowanie lokalnych twórców

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy, mecenas kultury

Efekt: promocja twórczości artystycznej zarówno profesjonalnej jak i amatorskiej, wzrost wrażliwości mieszkańców na kulturę i sztukę

5 Przystosowanie strony internetowej Ornontowic do promowania programu i informowania o jego założeniach

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie spójnej polityki informacyjnej podnoszącej efektywność podejmowanych działań promocyjnych

I 3. Program „Co Śląskie bliskie NAM”

Budowanie poczucia tożsamości lokalnej, w oparciu o głęboko zakorzenione śląskie tradycje i zwyczaje.

ZADANIA.

1 Przeprowadzenie działań zmierzających do:

- spisania ornontowickich tradycji kulinarnych, w szczególności związanych z świętami i uroczystościami,
- zaplanowanie w kalendarzu wydarzeń ornontowickich, imprez o charakterze zarówno lokalnym jak i regionalnym, promujących i przypominających śląskie zwyczaje kulinarne;

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, Koło Gospodyń Wiejskich

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: integracja mieszkańców, wzmocnienie tożsamości lokalnej; stworzenie nowego „produktu” promocji gminy;

2. Pielęgnacja gwary i poczucia humoru jako ważnego elementu tożsamości mieszkańców,

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: zachowanie ważnego elementu tożsamości mieszkańców regionu, który jest pomalu skazywany na zapomnienie; integracja mieszkańców

3. Organizacja spotkań muzycznych pod patronatem kapeli podwórkowej „Śląskie Bajery”

Partnerzy: „Śląskie Bajery”, mieszkańcy, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

- 4 Zebranie i udokumentowanie tradycji strojów regionalnych (w szczególności ornontowickich) jak również rękodzieła. Podjęcie działań mających na celu przekazywania tej wiedzy i umiejętności młodszym pokoleniom.

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, Koło Gospodyń Wiejskich, Zespół folklorystyczny „Marzanki”

Finansowanie: budżet gminy

Efekt. zachowanie ważnego elementu tożsamości mieszkańców regionu, który jest pomalą skazywany na zapomnienie

5. Udział w „Festiwalu Kuchni Śląskiej”

Partnerzy. mieszkańcy, GDKiB, Koło Gospodyń Wiejskich, Zespół folklorystyczny „Marzanki”

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie

Efekt: stworzenie nowego „produktu” promocji gminy – promocja gminy przez znakomitą kuchnię śląską

6. Stworzenie regionalnego festiwalu „Wieczór z Pieśnią Śląskom”, jako kontynuacji dotychczasowych tradycji ornontowickich organizowania takich spotkań

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucje i organizacje pielęgnujące śląskie zwyczaje i tradycje

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie

Efekt: stworzenie nowego „produktu” promocji gminy,

7. Barbórka – przywrócić znaczenie święta jako ważnego elementu życia mieszkańców, połączenie go z stworzeniem imprez upamiętniających historie, legendy, tradycje i rozwój techniki związany z górnictwem.

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, KWK „Budryk”, Parafia św. Michała Archanioła w Ornontowicach

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: przypomnienie wartości ciężkiej pracy; integracja mieszkańców,

8. Przystosowanie strony internetowej Ornontowic do promowania programu i informowania o jego założeniach

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie spójnej polityki informacyjnej podnoszącej efektywność podejmowanych działań promocyjnych

I.4 Program „W integracji siła”

ZADANIA

1. Mała Ojczyzna

1. stworzenie programu integracji wewnętrznej poprzez wykreowanie imprez w poszczególnych regionach gminy oraz organizację wspólnych przedsięwzięć i konkursów pomiędzy np. koloniami

2. zwiększenie zaangażowania radnych w życie społeczności lokalnych

Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy, Rada Gminy

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: tworzenie nowych tożsamości dawnych kolonii oraz wzmocnienie poczucia przynależności i odpowiedzialności za najbliższe otoczenie

3. „Wirtualne O!-rntowice” – stworzenie wirtualnej miejscowości na bazie mapy, gdzie każdy z mieszkańców będzie mógł zamieścić swoją prywatną wizytówkę. Do Wirtualnych O!-rntowic będzie wchodziło się przez O!-Rynek, który stanowić będzie płaszczyznę komunikacji pomiędzy mieszkańcami i ich integracji.

Partnerzy: mieszkańcy, szkoły, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy,

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie niepowtarzalnego produktu promocji Gminy Ornontowice, będącego innowacyjnym przedsięwzięciem informatycznym, budowanie więzi w społeczeństwie, wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, promocja wewnętrzna dokonań mieszkańców

4. Dni Ornontowic, organizacja corocznego święta gminy, przeniesienie imprez również po za teren centrum Gminy, większe zaangażowanie poszczególnych kolonii w organizację obchodów

- Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy, szkoły
Finansowanie: budżet gminy
Efekt: budowanie więzi w społeczeństwie, wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, promocja wewnętrzna dokonań mieszkańców
5. Święto Bzu – jako symbolu prężnie rozwijającej się miejscowości
Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy
Finansowanie: budżet gminy
Efekt: stworzenie nowego „produktu” promocji gminy; wzmocnienie znaczenia symboli związanych z gminą a przez to i jej tożsamości
6. „Dożynki - Święto plonów” kontynuacja corocznych obchodów, z rozwinięciem całego przedsięwzięcia w celach promocji lokalnych producentów rolnych i przedsiębiorców, wykreowanie niepowtarzalnego wydarzenia na skale regionu
Partnerzy: mieszkańcy, w tym przede wszystkim rolnicy i lokalni przedsiębiorcy, GDKiB,
Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie,
Efekt: stworzenie nowego bardzo atrakcyjnego „produktu” promocji gminy; integracja mieszkańców, wspieranie rozwoju społeczeństwa obywatelskiego, promocja wewnętrzna dokonań mieszkańców
7. Upowszechnianie wśród mieszkańców osiągnięć wszystkich grup społecznych i pojedynczych obywateli, objęcie mecenatu nad szczególnie wyróżniającymi się osobami i organizacjami.
Partnerzy: mieszkańcy, instytucje mogące wesprzeć rozwój organizacji i instytucji nad, którymi objęto mecenat
Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie
Efekt: promocja wewnętrzna i zewnętrzna dokonań mieszkańców, podniesienie poziomu utożsamiania się mieszkańców z miejscowością
9. Przystosowanie strony internetowej Ornontowic do promowania programu i informowania o jego założeniach
Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie spójnej polityki informacyjnej podnoszącej efektywność podejmowanych działań promocyjnych

I.5. Program „Siłą Archanioła”

Wzmocnienie wizerunku Ornontowic, poprzez wykorzystanie atrybutów Patrona Gminy św. Michała Archanioła.

ZADANIA:

- 1. Dni Patronalne – organizacja święta patrona miejscowości św. Michała Archanioła**
Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy
Finansowanie: budżet gminy
Efekt: podniesienie świadomości mieszkańców o elementach tożsamości gminy oraz stworzenie unikatowego wydarzenia na skalę regionu i kraju
- 2. Park Gminny – nadanie nazwy nawiązującej do symboli gminnych. Nazwanie jednocześnie stawów znajdujących się na terenie parku, jak również nowo powstających miejsc, jak np. placu zabaw**
Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające na terenie gminy
Finansowanie: budżet gminy, środki unijne
Efekt: Nadanie wyjątkowości i specyficznego charakteru miejscom znanym mieszkańca, jednoczenie z uatrakcyjnieniem ich pod względem turystycznym.
- 3. Stworzenie „Miejsca historii o aniołach” na terenie dawnego cmentarza w Parku Gminnym, w którym znajdowały by się figury aniołów wraz z informacjami o sprawowanej przez nich funkcji i działaniach (opisy na podstawie Biblii i publikacji teologicznych).**
Partnerzy: Parafia św. Michała Archanioła w Ornontowicach, mieszkańcy,
Finansowanie: budżet gminy; środki parafii
Efekt: Stworzenie miejsca unikatowego na skalę kraju i świata.
- 4. Jesienny plener malarski związany nie tylko z pięknymi zakątkami Ornontowic, lecz również symbolem gminy jakim jest postać św. Michała Archanioła**
Partnerzy: mieszkańcy, GDKiB, instytucja i organizacje działające wspierające rozwój kultury, organizacje skupiające artystów

Finansowanie: budżet gminy, środki własne uczestników, organizacje wspierające rozwój kultury

Efekt: promocja miejscowości poprzez prace artystów; promocja lokalnych twórców;

5. Przystosowanie strony internetowej Ornontowic do promowania programu i informowania o jego założeniach

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie spójnej polityki informacyjnej podnoszącej efektywność podejmowanych działań promocyjnych

CEL II - Promowanie rozwoju gospodarczego
realizowany będzie przez następujące programy operacyjne

1. Program „Informacja dla biznesu”
2. Program „Dla Przedsiębiorczości”
3. Program „Targi”
4. Program „Agro”

II.1. Program „Informacja dla biznesu”

W celu promocji własnej oferty inwestycyjnej gminy jak również w podejmowaniu działań świadczących o proinwestycyjnej polityce gminy

ZADANIA:

1. Stworzenie spójnego pakietu ofert inwestycyjnych gminy w zakresie:

1. sprzedaży nieruchomości
2. turystyki, sportu i wypoczynku
3. gospodarki
4. usług i handlu

Partnerzy: przedsiębiorcy, władze powiatu i województwa, Izby Gospodarcze, Przemysłowe i Rzemieśnicze, biura nieruchomości, organizacje turystyczne

Finansowanie: budżet gminy

Efekt. pozyskani inwestorów strategicznych oraz wzmocnienie pozytywnego wizerunku gminy

2. Doradztwo dla Biznesu

Stworzenie Banku Danych Zawierającego

- informację o możliwościach pozyskiwania dodatkowych środków finansowych na prowadzoną działalność gospodarczą;
- informacje o możliwej współpracy zagranicznej
- kompleksową informację dla partnerów zagranicznych dotyczącą warunków inwestowania i współpracy gospodarczej
- ważne imprezy wystawienniczo targowe z uwzględnieniem podziału na branże

Partnerzy: LOP, Izby Gospodarcze, Przemysłowe i Rzemieśnicze

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: powstanie profesjonalnych pakietów promocyjnych na bazie

3 Szkolenie firm w zakresie promocji i zasad wymiany gospodarczej

Partnerzy: LOP, GCI, Izby Gospodarcze, Przemysłowe i Rzemieśnicze

Finansowanie: środki pomocowe; prywatne,

Efekt: poprawa wizerunku zewnętrznego firm działających na terenie gminy

II 2. Program „Dla Przedsiębiorczości”

Rozwój przedsiębiorczości wśród mieszkańców, w celu wzrostu inicjatyw lokalnych oraz promocja lokalnych przedsiębiorców, jak również podejmowane działań zmierzających z dotarciem z ofertą gminy do zewnętrznych inwestorów

ZADANIA:

1. Popularyzacja przedsiębiorczości, przez podjęcie następujących działań:

- a) wyznaczenie grup docelowych: młodzież, bezrobotni, lokalne firmy
- b) określenie form popularyzacji w zależności od grupy docelowej
- c) wdrożenie działań edukacyjnych

Partnerzy: szkoły, władze powiatu, Izby Gospodarcze, Powiatowy Urząd Pracy, instytucje i organizacje wspierające rozwój przedsiębiorczości

Finansowanie: środki Powiatowego Urzędu Pracy, środki pomocowe

Efekt: wzrost inicjatyw społecznych, zwiększenie wiedzy z zakresu zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej w społeczności lokalnej

2. Promocja firm rodzimych

- a) opracowanie pakietu ofert firm działających na terenie Ornontowic

- b) określenie segmentów odbiorcy ofert
 - c) sprofilowanie ofert pod kontem segmentu odbiorcy
 - d) zdefiniowanie nośników ofert ze szczególnym uwzględnieniem internetu
 - e) określenie kanałów dystrybucji ofert w zależności od segmentu i lokalizacji odbiorcy
- Partnerzy: przedsiębiorcy, LOP, GCI, Redakcja Głosu Ornontowic,
Finansowanie: środki przedsiębiorców
Efekt. promocja firm lokalnych

3. Strona internetowa

Umieszczenie pakietu ofert firm lokalnych na stronie internetowej miasta (bezpośrednio lub poprzez linki)

Partnerzy: przedsiębiorcy

Finansowanie: fundusze środowisk gospodarczych

Efekt: promocja lokalnej przedsiębiorczości

4. Produkt markowy

a) wykreowanie specyficznego gospodarczego produktu markowego, wytwarzanego lokalnie, przez który gmina jest pozytywnie kojarzona przez odbiorcę zewnętrznego

b) ogłoszenie konkursu na symbol – pamiątkę gminy

Partnerzy: przedsiębiorstwa prywatne,

Finansowanie: budżet gminy, środki prywatne

Efekt. stworzenie produktu markowego, pozytywnie kojarzonego z Ornontowicami

II.3 Program „Targi”

Pobudzenie małego biznesu głównie w sferze drobnej wytwórczości, handlu i usług, przez wykreowanie targów lokalnych, które będą powiązane z organizacją imprez turystycznych, kreowanych w ramach tworzonej turystyki rekreacyjno-weekendowej.

ZADANIA:

1. Wykreowanie weekendowych imprez targowych i jarmarków nawiązujących do tradycji historycznej i gospodarczej miasta, połączonych z drobnymi formami imprez kulturalnych jak przeglądy zespołów, koncerty, festyny.

Partnerzy. szkoły, instytucje kultury, przedsiębiorcy prywatni

Finansowanie: budżet gminy, środki przedsiębiorstw i prywatne

Efekt: integracja mieszkańców, promocja rodzinnego spędzania wolnego czasu

2. Organizacja imprez targowych o zasięgu lokalnym i regionalnym np. Targi Bożonarodzeniowe, Targi drobnej wytwórczości, Targi naturalnej i zdrowej żywności; itd.

Partnerzy: firmy i przedsiębiorcy indywidualni

Finansowanie: budżet gminy, środki przedsiębiorstw i prywatne

Efekt: stworzenie miejsca spotkań i prezentacji produktów dla wybranego profilu gospodarki

II 4 Program „Agro”

Na rynku żywności opanowanym przez producentów masowych istnieje zapotrzebowanie (które będzie w najbliższym czasie wzrastać) na artykuły żywnościowe produkowane przy zastosowaniu tradycyjnych technologii, artykuły stanowiące komponenty dla żywności wieloskładnikowej, produkowane metodami ekologicznymi, czy też luksusowe, produkowane w wąskim asortymencie z przeznaczeniem dla określonej grupy producentów.

ZADANIA

1. Rozwój marketingu rolno-spożywczego, ze szczególnym naciskiem na żywność ekologiczną.

a) szkolenia z zakresu funkcjonowania i praw rynku, planowania na tej podstawie produkcji, promocji towarów i usług

Partnerzy: Górnosląska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. Katowice

Finansowanie: budżet gminy, środki pozabudżetowe

Efekt: podniesienie aktywności rolników, promocja lokalnej wytwórczości rolno-spożywczej

2. Popularyzacja eko i agroturystyki, wśród mieszkańców jako nowej gałęzi gospodarki lokalnej, pozwalającej na osiągnięcie dodatkowych dochodów dla gospodarstw domowych.

Partnerzy: mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy, rolnicy

Finansowanie: budżet gminy, środki pomocowe

Efekt: promocja Ornontowic jako miejsca gdzie można spędzić czas na łonie natury

CEL III - Promowanie rozwoju turystyki i sportu: AKTYWNI I ZDROWSI

realizowany będzie przez następujące programy operacyjne:

1. Program „Gościnne Ornontowice”
2. Program „Dalej niż Sportowy Turniej Miast i Gmin”
3. Program „Rower dla każdego”
4. Program „Regionalne atrakcje”
5. Program „EKO - AGRO turyści”
6. Program „Informacja”
7. Program „Targi”

III 1. Program „Gościnne Ornontowice”

Stworzenie podstaw do rozwoju turystyki rekreacyjno-weekendowej, poprzez poprawę w tej dziedzinie infrastruktury oraz wykreowanie nowej oferty kulturalnej gminy

ZADANIA:

1. Rozpoczęcie – opracowanie systemu działań finansowych i ekonomicznych (promocja, zwolnienie podatkowe, ulgi, współfinansowanie kosztów adaptacji), tworzenie infrastruktury technicznej
Partnerzy: mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy, rolnicy
Finansowanie: budżet gminy, środki rządowe, pomocowe oraz indywidualnych przedsiębiorców
Efekt: spowodowanie zainteresowania obsługą turystów przez lokalnych przedsiębiorców
2. Opracowanie i wprowadzenie zasad współpracy z władzami powiatu i województwa, organizacjami pozarządowymi oraz mediami, w zakresie informowania o wydarzeniach kulturalno, sportowo, rekreacyjnych odbywających się na terenie Gminy Ornontowice
Partnerzy: instytucje kultury, organizacje, szkoły z tereny gminy, media
Finansowanie: budżet gminy,
Efekt: koordynowanie działań w zakresie przekazywania informacji o wydarzeniach, stworzenie spójnego przekazu informacyjnego
3. Sformułowanie wzbogaconej oferty kulturalnej gminy, w oparciu o jej historię, tradycję, kulturę oraz promocję aktywnego stylu życia i sportu

Partnerzy: instytucje kultury, organizacje i stowarzyszenia działające na terenie gminy, stowarzyszenia artystyczne i twórcze regionalne i krajowe

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie nowej oferty kulturalnej gminy,

4. Podjęcie zespołu działań marketingowych przy współpracy partnerów regionalnych i ponadregionalnych, w celu wykreowania „gościnnego wizerunku Ornontowic”

Partnerzy: ŚOT

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie

Efekt: stworzenie nowego wizerunku gminy

III.2. Program „Dalej niż Sportowy Turniej Miast i Gmin”

ZADANIA:

1. Organizacja ponadregionalnej imprezy sportowej związanej z biegami.

Partnerzy: organizacje sportowe działające w regionie

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie

Efekt:

2. Wprowadzenie promocji aktywnego spędzania wolnego czasu przy pomocy strony internetowej Ornontowic, Głosu Ornontowic oraz prowadzonych akcji na terenie gminy

Partnerzy: organizacje promujące aktywny tryb życia

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt: pobudzenie aktywności mieszkańców

3. Opracowanie całorocznego harmonogramu imprez sportowych ogólnodostępnych na terenie gminy

Partnerzy: GKS „Gwarek”, GDKiB, szkoły

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: wzrost zainteresowania społeczności lokalnej wydarzeniami, możliwość stworzenia kompletnego pakietu promocyjnego

4. Stworzenie regularnych lokalnych rozgrywek piłkarskich pomiędzy amatorskimi drużynami reprezentującymi różne zakłady pracy, instytucje i organizacje, itd.

Partnerzy: GKS „Gwarek”, GDKiB, szkoły, mieszkańcy

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt: integracja mieszkańców, wzrost zainteresowania społeczności lokalnej wydarzeniami, możliwość stworzenia kompletnego pakietu promocyjnego

III 3. Program „Rower dla każdego”

ZADANIA:

1. Powołanie do życia Klubu Rowerowego na terenie gminy

Partnerzy: GKS „GWAREK”, Organizacje rowerowe działające w regionie;

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt: stworzenie możliwości alternatywnego spędzania wolnego czasu w zorganizowanej grupie, która swoimi działaniami może przyczynić się do u efektywnienia podejmowanych działań promocyjnych

2. Realizacja projektów tras rowerowych, z czasem przekształcenie ich w trasy tematyczne

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

3. Wykreowania cyklicznej imprezy rowerowej o charakterze regionalnym

Partnerzy: GKS „GWAREK”

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

4. Stworzenie na terenie gminy profesjonalnych parkingów dla rowerów, zmniejszających prawdopodobieństwo kradzieży

Partnerzy: organizacje ekologiczne;

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe,

Efekt: promocja poruszania się na rowerach poprzez zagwarantowanie bezpieczeństwa

5. Wprowadzenie specjalnych oznaczeń na terenie gminy pod wspólnym hasłem: „Miejscowość przyjazna rowerzystom”

Finansowanie. budżet gminy, środki sponsorskie, środki pomocowe;

Efekt. wzrost bezpieczeństwa na drogach, rozpoczęcie akcji społecznej promującej bezpieczeństwo na drogach

6. Przystosowanie strony internetowej Ornontowic do promowania programu i informowania o jego założeniach

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: stworzenie spójnej polityki informacyjnej podnoszącej efektywność podejmowanych działań promocyjnych

III.4. Program „Regionalne atrakcje”

ZADANIA:

1. Stworzenie oferty turystycznej w oparciu o specyfikę regionu, jego wyjątkowość w oparciu o realizację nadrzędnego celu strategicznego promocji nr I : Promowanie niepowtarzalnych tradycji, zwyczajów i walorów kulturowych regionu

Partnerzy. ŚOT, GDKiB,

Finansowanie:

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

2. Wprowadzenie lokalnego trójstronnego porozumienia na rzecz rozwoju turystyki w regionie;

Partnerzy. sołectwo Bujaków, sołectwo Chudów, Fundacja Zamek Chudów,

Finansowanie: budżet gminy, środki finansowe partnerów

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

III.5. Program „EKO - AGRO turyści”

Promocja turystyki rekreacyjno-weekendowej, z elementami eko i agroturystyki, poprzez uatrakcyjnienie i promocje miejsc świadczących o bogactwie przyrodniczym Ornontowic i możliwości spędzenia wolnego czasu na łonie natury

ZADANIA:

- 1 Stworzenie infrastruktury umożliwiającej spędzanie wolnego czasu na łonie natury

a) Leśny Zaulek

b) miejsca piknikowe przy trasach rowerowych

c) miejsca kempingowe i pola namiotowe

Partnerzy: ŚOT, mieszkańcy, lokalni przedsiębiorcy oraz organizacje

Finansowanie: budżet gminy, środki sponsorskie

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy

2. Promocja zabytków przyrody znajdujących się na terenie gminy

Partnerzy: organizacje turystyczne, instytucje zajmujące się ochroną przyrody

Finansowanie:

Efekt: stworzenie nowego produktu promocji gminy, wzmocnienie tożsamości i świadomości dziedzictwa przyrodniczego wśród mieszkańców

3. Sformułowanie oferty dla turystyki kwalifikowanej: pieszej rowerowej i wodnej

Partnerzy: organizacje i instytucje związane ze sportem i turystyką działające na terenie gminy

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: wzrost zainteresowania społeczności lokalnej wydarzeniami

III.6. Program „Informacja”

ZADANIA:

1. Stworzenie poprawnej (wg. zachodnich standardów) wizualnej informacji turystycznej na terenie powiatu, trasach dojazdowych oraz głównych punktach komunikacyjnych.

Partnerzy: ŚOT, Zarządy dróg

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: uporządkowanie wizualnej informacji dotyczącej gminy, jej zabytków oraz dziedzictwa historycznego

2. Opracowanie corocznego kalendarza imprez kulturalnych i sportowych oraz promocja wydarzeń za pośrednictwem mediów lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich

Partnerzy: organizacje, instytucje i przedsiębiorstwa działające na terenie gminy

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: wzrost zainteresowania społeczności lokalnej wydarzeniami, możliwość stworzenia kompletnego pakietu promocyjnego

3. Stworzenie Punktów Informacji Kulturalnej i Turystycznej w różnych miejscach gminy

Partnerzy: organizacje, instytucje i przedsiębiorstwa działające na terenie gminy

Finansowanie: budżet gminy,

Efekt: powstanie zintegrowanego systemu informacji wewnętrznej, profesjonalna obsługa turystów

4. Udział w regionalnych i krajowych targach turystycznych

Partnerzy: organizacje, instytucje i przedsiębiorstwa działające na terenie gminy, SZGiP,

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: promocja zintegrowanego wizerunku gminy

CEL IV - Promowanie rozwoju nauki – hasło: WIEDZA KAPITAŁEM PRZYSZŁOŚCI

realizowany będzie przez następujące programy operacyjne:

1. Program „Wiedza kapitałem przyszłości”
2. Program „Edukacja regionalna”
3. Program „Edukacja ekologiczna”

IV.1. Program „WIEDZA KAPITAŁEM PRZYSZŁOŚCI”

ZADANIA:

1. Stworzenie Regionalnego Ośrodka Szkoleń

Partnerzy: GCI, LOP, GDKiB,

Finansowanie: budżet gminy, środki prywatne,

Efekt: podniesienie poziomu edukacji wśród społeczności lokalnej, wykreowanie lokalnego ośrodka edukacji osób dorosłych, stworzenia zaplecza do organizacji konferencji i seminariów

2. Powołanie Społecznej Szkoły Językowej, która po za nauką
Partnerzy: jednostki oświatowe, lektorzy, nauczyciele języków obcych
Finansowanie: budżet gminy, środki prywatne
Efekt: podniesienie poziomu znajomości języków obcych wśród społeczności lokalnej

- 3 Promocja wolontariatu oraz włączania się w życie społeczne gminy, jako forma zdobywania praktycznej wiedzy i doświadczenia
Partnerzy. GCI, organizacje i instytucje wspierające rozwój wolontariatu
Finansowanie: budżet gminy, środki pozabudżetowe
Efekt zwiększenie aktywności społecznej

IV 2. Program „Edukacja regionalna”

Wykreowanie Ornontowic jako lokalnego centrum edukacji o regionie, jego walorach kulturowych, przyrodniczych, jak również i rekreacyjnych

ZADANIA:

1. Stworzenie spójnej polityki działań mających na celu popularyzację gwary, tradycji i zwyczajów regionalnych
 - a) wyznaczenie grup docelowych: młodzież, obcokrajowcy, mieszkańcy regionu,
 - b) określenie form popularyzacji w zależności od grupy docelowej
 - c) wdrożenie działań edukacyjnych
- Partnerzy: organizacje i instytucje wspierające zachowanie dziedzictwa kulturowego regionów; Górnśląski Park Etnograficzny;
- Finansowanie. budżet gminy, środki pozabudżetowe
- Efekt. wzmocnienie tożsamości lokalnej, realizacja głównej misji Ornontowic, zawartej w Strategii Rozwoju Gminy

IV.3. Program „Edukacja ekologiczna”

Wzmocnienie wizerunku Ornontowic, jako najbardziej ekologicznej gminy na Śląsku

ZADANIA:

1. Stworzenie regionalnego centrum edukacji ekologicznej, którym będzie można zdobyć przede wszystkim praktyczną wiedzę z tej dziedziny

Partnerzy: organizacje i instytucje wspierające ekologię

Finansowanie: budżet gminy, środki pozabudżetowe

Efekt: podniesienie znaczenia i umocnienie wizerunku Ornontowic jako Gminy proekologicznej

2. Opracowanie harmonogramu wydarzeń lokalnych podnoszących świadomość ekologiczną mieszkańców, związanych również z włączaniem się

Partnerzy: organizacje i instytucje wspierające ekologię

Finansowanie: budżet gminy, środki pozabudżetowe

Efekt: zwiększenie świadomości ekologicznej mieszkańców i dbałości o czystość a tym samym i wizerunek gminy

CEL V - Reorganizacja zarządzania promocją i informacją

W wyniku analizy dotychczasowych działań oraz strategicznych dokumentów gmin, dotychczasowy sposób funkcjonowania promocji jest niewystarczający w świetle rosnących potrzeb. W związku z powyższym, konieczne jest podjęcie następujących zadań:

ZADANIA:

1. Wydzielenie zadań promocyjnych z poszczególnych wydziałów, skupienie ich w strukturze organizacyjnej w jednostce zależnej bezpośrednio od Wójta Gminy, poprzez np. powołanie Stanowiska ds. Informacji i Promocji, którego zadaniem, będzie monitorowanie i koordynowanie wszystkich działań promocyjnych na terenie Gminy, jak również kontakty z mediami.

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: poprawa skuteczności prowadzonych działań promocyjnych.

2. Stworzenie spójnego systemu komunikacji społecznej z ukierunkowaniem na marketing zewnętrzny i wewnętrzny gminy.

a) W sferze marketingu zewnętrznego, jest to wymiana informacji z szeroko pojętym otoczeniem gminy, co ułatwia promocję i dystrybucję oferty miasta, z uwzględnieniem następujących działań.

- Stworzenie Systemu Identyfikacji Wizualnej Gminy w oparciu o dotychczasowe elementy jej tożsamości, który będzie stosowany do wszystkich dokumentów wychodzących z Urzędu Gminy.
- Stworzenie spójnej polityki wydawniczej, wprowadzającej zestaw bezpłatnych folderów i informatorów o jednolitej szacie graficznej i obejmującej swym zakresem wszystkie dziedziny promocji.
- Opracowanie bazy medialnej wraz ze stworzeniem systemu komunikacji z mediami

b) W sferze marketingu wewnętrznego, jest to wymiana informacji z mieszkańcami co przyczynia się do procesu integracji społeczeństwa i zwiększenia partycypacji społecznej w procesie realizacji strategii rozwoju gminy, z uwzględnieniem następujących działań:

- Wykorzystania nowoczesnych technologii w komunikacji z mieszkańcami, m.in. sms'owego systemu informacji o wydarzeniach w gminie
- Wyznaczenie osób odpowiadających za komunikację z Urzędem Gminy, z organizacji społecznych, sportowych, kulturalnych i edukacyjnych, których zadaniem było by przekazywanie informacji mogących promować dane organizacje i ich działalność, jak również odpowiadające za opracowanie spójnego programu wzajemnej współpracy

c) Podniesienie skuteczności i efektywności dotychczas wykorzystywanych narzędzi komunikacji z otoczeniem, w szczególności:

- strony internetowej Ornontowic – zmiana jej szaty graficznej oraz budowy wraz z jednoczesnym przekształceniem jej w portal o Ornontowicach, który będzie nie tylko wizytówką Gminy, ale dzięki udziałowi i zaangażowaniu mieszkańców stanie się „żyjącym”, interaktywnym serwisem o Ornontowicach Stworzenie wersji anglojęzycznej strony internetowej, zawierającej podstawowe informacje o gminie
- wydawnictwa Głos Ornontowic – wprowadzenie działów tematycznych upowszechniających idee zawarte w poszczególnych celach promocji, wspomagających ich realizację;
- Aktualności Ornontowickie
- Punkty Informacyjne na terenie Gminy (specjalne tablice)

Finansowanie: budżet gminy

Efekt poprawa wizerunku władz w społeczności lokalnej, zwiększenie zainteresowania mieszkańców rozwojem gminy, zwiększenie możliwości pozyskania inwestycji i środków z zewnątrz.

3. Poprawa wizerunku Urzędu Gminy Ornontowice, co można osiągnąć poprzez następujące działania:

a) podniesienie jakości obsługi mieszkańców przez pozytywną zmianą relacji z urzędem na urząd-partner, co można osiągnąć poprzez szkolenia uzupełniające z zakresu komunikacji interpersonalnej, public relations, umiejętności menedżerskich

b) podniesienie poziomu wiedzy pracowników urzędu na temat nie tylko prowadzonych przez nich działań, ale również na temat całej miejscowości (w szczególności nowych pracowników i stażystów), co może zostać osiągnięte przez stworzenie specjalnego „podręcznika” wiedzy o samorządzie ornontowickim

c) kreowanie pozytywnego wizerunku Wójta i Władz Gminy (w tym również radnych)

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: lepsza komunikacja społeczna, wzrost poziomu akceptacji mieszkańców dla działań Urzędu Gminy

4. Kształtowanie pozytywnego wizerunku Ornontowic poprzez osiągnięcia mieszkańców, z jednoczesnym objęciem mecenatu nad zdolnymi twórcami

Partnerzy:

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: promocja wewnętrzna i zewnętrzna dokonań mieszkańców, podniesienie poziomu utożsamiania się mieszkańców z miejscowością

5. Rozwój współpracy z sąsiednimi miejscowościami w zakresie wspólnej promocji regionu
Partnerzy: władze sąsiednich miejscowości, instytucje kulturalne sąsiednich miejscowości, instytucje regionalne mogące przyczynić się do realizacji tego zadania

Finansowanie: budżet gminy, budżet współpracujących miejscowości, środki sponsorskie

Efekt: stworzenie silnej pozycji regionu, co spowoduje podniesienie pozycji samej miejscowości

6. Współpraca w zakresie promocji z instytucjami na szczeblu powiatu i województwa.

Partnerzy: Starostwo Powiatowe, Urząd Marszałkowski, Śląski Związek Gmin i Powiatów, Śląska Organizacja Turystyczna

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: skuteczne reprezentowania interesów Ornontowic w skali regionu, efektywna prezentacja osiągnięć i rozpoczętych projektów

7. Rozwój współpracy z partnerami zagranicznymi zarówno z terenów UE, w tym najbliższych sąsiadów jak Czechy, Słowacja, Niemcy jak również z terenów położonych na wschód od granic Polski

Partnerzy: Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Dom Współpracy Polsko Niemieckiej w Gliwicach, wybrani partnerzy z różnych regionów Europy; instytucje i organizacje z terenów Unii Europejskiej

Finansowanie: budżet gminy, dotacje unijne

Efekt: wzrost konkurencyjności gminy

8. Lobbying gminy poprzez powołanie zespołu przy Wójcie Gminy, w skład którego wchodzi przedstawiciele lokalnego samorządu, władz powiatu, regionu oraz instytucji, które mają wpływ na pozyskiwanie środków i podejmowanie kluczowych decyzji w zakresie realizacji celów strategii rozwoju gminy

Partnerzy: radni powiatowi, przedstawiciele lokalnego samorządu, władz powiatu, regionu

Finansowanie: budżet gminy

Efekt: skuteczne reprezentowania interesów Ornontowic na zewnątrz