



Cieszyn, dnia 12 lipca 2013r.

Przewodniczący
Rady Miejskiej Cieszyna
Pan Bolesław Zemła
w/m

W odpowiedzi na interpelację znak: BRM.0003.1034.2013 z dnia 27.06.2013r. w sprawie sprawozdania z realizacji Strategii Rozwoju Cieszyna za 2012 rok, informuję co następuje.

Ad. 1

Cel strategiczny I.1

Zadanie I.1.6

Każdorazowo przy projektowaniu przebudowy dróg czy też budowy nowych odcinków dróg projektuje się w miarę możliwości terenowych budowę ścieżek rowerowych lub ciągów pieszo-rowerowych. Układ urbanistyczny miasta oraz konfiguracja terenu nie zawsze umożliwiają takie działanie.

W realizowanych już inwestycjach drogowych wykonano szereg ścieżek rowerowych - ul. Frysztacka (od wiaduktu na DK1 do przejazdu kolejowego), Al. Jana Łyska (od ul. 3 Maja do ul. Bolko Kantora), ul. Pokoju, ul. Łączna.

W kolejnym etapie planuje się wykonać ścieżki rowerowe i ciągi pieszo-rowerowe na dalszym odcinku ulicy Frysztackiej (od ul. Chemików do granic miasta) oraz ulicy Pikiety (od ul. Katowickiej do ul. Przepilińskiego).

W kwestii programu „Gazela”, to pragnę zauważyć, że Pani informacje są nieścisłe. Dotacje w wysokości do 100% są możliwe, ale z uwzględnieniem pomocy publicznej, co daje 40% poziom dofinansowania. Zakup autobusów, tylko z napędem hybrydowym, co powodowałoby konieczność budowy stacji tankowania. Zgodnie z informacjami zawartymi na stronie Programu cyt. „Podstawową barierą popularyzacji technologii niskoemisyjnych w transporcie publicznym jest wysoki koszt zakupu, brak zaplecza technicznego oraz brak wiedzy w tym zakresie”. Działania w pozostałym zakresie, a więc uzyskania dofinansowania budowy ścieżek rowerowych, budowy buspasów, parkingów typu „parkuj i jedź” ale pod warunkiem zakupu taboru.

W związku z tym, szukamy innych rozwiązań w kontekście nowej perspektywy budżetowej UE na lata 2014 – 2020.

Cel strategiczny II.2

Zadanie I.2.1

Miejski Zarząd Dróg w Cieszynie, każdego roku uaktualnia wnioski złożone do uwzględnienia w Wieloletniej Prognozie Finansowej Cieszyna.

Zadanie I.2.4

Miejski Zarząd Dróg posiada opracowany audyt energetyczny oświetlenia ulicznego. Analiza finansowa przedsięwzięcia wykazała, że przy spełnieniu wszystkich wymogów stawianych w Regulaminie Programu „SOWA” i dotacji w wysokości 45% osiągnięte korzyści nie pokryją założonych oszczędności.

Ponadto znaczącym jest fakt szybkiego rozwoju oświetlenia w technologii LED, wzrost na przestrzeni ostatnich lat ok. 20%. Szacowany najkorzystniejszy czas na modernizację oświetlenia ulicznego to 2015-2017 r.

Zadanie polegające na modernizacji oświetlenia ulicznego planowane jest do realizacji w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014 –2020, z którego to będzie istniała możliwość uzyskania dofinansowania w wys. do 85%.

Ad. 2

Cel strategiczny II.3

Zadanie II.3.3

Zamek Cieszyn dysponuje wstępnym projektem mapy Cieszyna uwzględniającej miejsca przyjazne dla właścicieli psów, który powstał w 2012r. w trakcie warsztatów Letniej Szkoły Dizajnu, podobnie jak koncepcja dostępności centrum Cieszyna. Zamek Cieszyn nie planował wydawania tych map, ponieważ oba projekty wymagają dodatkowej pracy i środków na publikację.

W kwestii dotyczącej przestrzeni publicznej, to głównym celem działań pod wspólnym tytułem „Dizajn w przestrzeni publicznej” organizowanych przez Zamek Cieszyn od roku 2007, jest pokazywanie najlepszych rozwiązań z Polski i z zagranicy. Wystawy i towarzyszące im konferencje mają w założeniu być inspiracją dla projektantów, architektów, urbanistów oraz potencjalnych inwestorów. Trwałym efektem programu jest powiększająca się ilość oryginalnych mebli miejskich zlokalizowanych na Wzgórzu Zamkowym np. hamak oraz „żywa” wiklinowa altana, która powstała przy Moście Sportowym.

Zadanie II.4.4

Od kilku lat w Cieszynie są organizowane dwa biegi masowe: Cieszyński „Fortuna” Bieg w końcu miesiąca kwietnia oraz Bieg o Paterę „Polska – Dziennik Zachodni” w miesiącu wrześniu. Akcja „Polska Biega” organizowana jest w połowie miesiąca maja, a więc w terminie zbliżonym do naszego kwietniowego biegu, nie jest więc zasadnym organizowanie drugiego biegu w odstępie 2-3 tygodni.

Informuję, że w biegu „Fortuna” uczestniczy coraz więcej Cieszyńiaków, a w biegach młodzieżowych coraz więcej dzieci, co usytuowało nasz bieg na drugim miejscu w Polsce (po wrocławskim „Biegu Solidarności”), tak więc Cieszyn zaznaczył swoją obecność na mapie miast biegających w Polsce.

Zadanie II.7.4

W uzupełnieniu informacji zawartej w sprawozdaniu z realizacji Strategii Rozwoju Miasta Cieszyna wyjaśniam, że w projektach „Aktywna integracja społeczna w Cieszynie” oraz „Program rewitalizacji społecznej Cieszyn OdNowa” nie planowano osiągnięcia wskaźników rezultatu w formie podjęcia pracy przez uczestników projektów. W produktach i rezultatach projektów (wskaźniki obowiązkowe) założono przede wszystkim odbycie szkoleń, podniesienie kwalifikacji zawodowych, zdobycie nowych umiejętności, a nadto zwiększenie motywacji, wiary we własne siły, rozbudzenie aspiracji zawodowych itp. Projekty w swych założeniach i celach nie przewidywały monitorowania sytuacji życiowej uczestników po zakończeniu ich realizacji. Niemniej jednak, zespoły koordynujące projekty pozostają w kontakcie z byłymi uczestnikami i posiadają wiedzę co do ich aktywizacji w zakresie zatrudnienia. W pierwszym projekcie ponad 50% uczestników znalazło zatrudnienie, natomiast w drugim ok. 30 %, co wskazuje na dobry poziom efektów realizowanych projektów.

Ad. 3

Cel strategiczny III.2

Zadanie III.2.1,2,3,4

Podstawą działań w zakresie promocji gospodarczej, są przede wszystkim oferty inwestycyjne. Niestety Miasto Cieszyn nie dysponuje obszarami zgodnymi ze standardami Polskiej Agencji Inwestycji Zagranicznych, dla których możliwe byłoby opracowanie koncepcji zagospodarowania i wystawienia ich w ramach ofert inwestycyjnych. W związku z tym, udział Cieszyna w targach

w charakterze wystawcy nie jest możliwy, a promocja gospodarcza w tym zakresie jest mocno utrudniona.

Zadanie III.2.5

W roku 2011 zakończyła się realizacja projektu pn. „Śląska Sieć Aniołów Biznesu”. Zdaniem Klubu Przedsiębiorcy założenia i propozycje Aniołów Biznesu rozmijały się z potrzebami lokalnych przedsiębiorców.

Ad. 4

Cel strategiczny IV.4

Zadanie IV.4.1

W roku 2012 ówczesny Wydział Promocji i Informacji opublikował materiały promocyjne Miasta Cieszyna wg zasad zgodnych z „Programem promocji markowych produktów turystycznych Cieszyna”. Po reorganizacji, działania w tym zakresie kontynuował Wydział Kultury i Turystyki ze względu na zaciągnięte zobowiązania, w tym przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych jak: foldery, kalendarze, ulotki tematyczne promujące różne formy zwiedzania miasta w języku czeskim, kartki świąteczne itp. oraz prowadzone kampanie reklamowe w mediach, kolportaż materiałów promocyjnych. Kontynuowana była również realizacja projektu Infotesin oraz projektu Śląski System Informacji Turystycznej.

Cel strategiczny V.1

Zadanie V.1.1

Dziękuję za odpowiedź, wezmę Pani sugestie pod uwagę.

Z poważaniem



Rozdzielnik:

1 x Adresat

1 x Pani Alicja Wlach

Radna Rady Miejskiej Cieszyna

1 x Wydział SRM

1 x Wydział OR

