

Uchwała Nr LXXVI/1383/2014

Rady Miasta Rzeszowa

z dnia 17 czerwca 2014 r.

w sprawie przyjęcia „Aktualizacji Strategii Marki Rzeszowa oraz Programu Promocji Miasta Rzeszowa na lata 2014-2020”.

Na podstawie art. 18 ust. 1 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2013 r. poz 594 z późn. zm.),

Rada Miasta Rzeszowa

uchwała, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się „Aktualizację Strategii Marki Rzeszowa oraz Programu Promocji Miasta Rzeszowa na lata 2014-2020”, o treści jak w załączniku do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Rzeszowa.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY
Rady Miasta Rzeszowa
Andrzej Dec

Uzasadnienie do Uchwały Nr LXXVI/1383/2014

Rady Miasta Rzeszowa z dnia 17 czerwca 2014 r.

Na przestrzeni ostatnich czterech lat Rzeszów budował swoją markę, wdrażając działania wynikające z przyjętej na lata 2009–2013 Strategii Marki Rzeszów oraz Programu Promocji Miasta Rzeszowa. Celem przedsięwzięć było zbudowanie wizerunku Rzeszowa jako miasta innowacyjnego, krajowego centrum i wzoru innowacji w sferze gospodarki, kultury, nauki, inicjatyw obywatelskich, praktyk organizacyjnych, jak również przyporządkowanie miastu takich submarek jak:

- Rzeszów – centrum przemysłu lotniczego, badań na potrzeby lotnictwa i usług edukacyjnych związanych z lotnictwem;
- Rzeszów – krajowe centrum usług opartych na zaawansowanych technologiach, klaster ośrodków B+R;
- Rzeszów – ośrodek akademicki wyspecjalizowany w unikatowych kierunkach kształcenia i w przedsiębiorczości akademickiej;
- Rzeszów – centrum badań nad Polonią i migracjami, wiodący w Polsce ośrodek badań wschodoznawczych.

Wyniki badań nad wypracowaną w latach 2009-2013 marką „Rzeszów stolica innowacji” potwierdzają prawidłowo przyjęty kierunek miejskich przedsięwzięć promocyjnych. Podjęte działania tworzą obraz miasta o dobrej jakości życia, które swój rozwój umiejętnie oparło o zaawansowane technologie i lokalny kapitał społeczny. Rzeszów w opinii badanych jest miejscem o relatywnie niskich kosztach życia, a jednocześnie umożliwiającym specjalistyczną edukację oraz dostęp do różnorodnych wydarzeń kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych.

Przyjęta na lata 2009-2013 strategia marki wytyczyła śmiałe cele miastu, które jest na najlepszej drodze, aby stać się synonimem innowacyjności w zarządzaniu, technologii, nauce, kulturze, architekturze oraz sztuce. Proces budowania rozpoznawalności miasta wymaga jednak czasu, dlatego aktualizacja Strategii Marki Rzeszowa i Programu Promocji na lata 2014-2020 proponuje kontynuację działań wypracowanych przez Strategię Marki i Program Promocji Rzeszowa na lata 2009-2013 i mocne pozycjonowanie wizerunku „Rzeszów stolica innowacji”.

Dokument składa się z trzech części. Pierwsza jest analizą aktualnego i oczekiwanego stanu marki, dokonaną w oparciu o przeprowadzone analizy i badania. Drugą część stanowi Aktualizacja Strategii Marki Rzeszowa wraz z aktualizacją założeń, koncepcji i opisu Systemu Identyfikacji Wizualnej Rzeszowa. Trzecia część to Aktualizacja Programu Promocji Miasta Rzeszowa wraz z propozycją kreatywną nowych materiałów promocyjnych naszego miasta.