08.12.2023 №295-Р

**Про створення робочої групи з розробки**

**бренду Кременчуцької міської**

**територіальної громади,**

**затвердження її складу**

**та Положення про робочу групу**

Для забезпечення ефективного розвитку громади, для зміцнення конкурентоспроможності, покращення бізнес-клімату та майбутнього економічного розвитку громади, необхідно створити новий інвестиційний бренд Кременчуцької міської територіальної громади. Його відповідності довгостроковим інтересам громади Стратегії розвитку Кременчуцької міської територіальної громади на період до 2028 року, керуючись ч. 4 ст. 42 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»:

1. Створити робочу групу з розробки бренду Кременчуцької міської територіальної громади та затвердити її склад згідно з додатком 1.
2. Затвердити положення про робочу групу з розробки бренду Кременчуцької міської територіальної громади згідно з додатком 2.
3. Оприлюднити розпорядження міського голови відповідно до вимог законодавства.
4. Контроль за виконання розпорядження покласти на першого заступника міського голови Пелипенка В.М.

**Міський голова Віталій МАЛЕЦЬКИЙ**

**Додаток 1**

**до розпорядження міського голови**

**СКЛАД**

**робочої групи з розробки бренду Кременчуцької міської територіальної громади**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Гриценко Юрій Васильович | – | секретар міської ради, голова робочої групи;  |
| Проценко Руслан Олександрович | – | заступник міського голови, заступник голови робочої групи; |
| Прошакіна Тетяна Вікторівна | – | заступник директора комунального підприємства «Інститут розвитку Кременчука» виконавчого комітету Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області, секретар робочої групи. |
|  |  |  |
| **Члени робочої групи:** |
| Буряк Марія Євгенівна | – |  підприємець, засновниця Арт-хабу «Митецький» (за згодою); |
| Вологодська Ірина Валеріївна  | – | начальник Управління культури і туризму Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області; |
| Дем’ян Марина Геннадіївна | – | підприємець, громадська активістка (за згодою); |
| Загірняк Михайло Васильович | – | ректор Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського (за згодою); |
| Каптан Сергій Васильович | – | підприємець (за згодою); |
| Колесніков Олег Матвійович | – | підприємець (за згодою); |
| Котляр Віталій Юрійович | – | президент Товариства з обмеженою відповідальністю «КРЕДМАШ СЕРВІС» (за згодою); |
| Мельник Андрій Васильович  | – | голова Кременчуцького міського осередку всеукраїнської організації «Союз людей з інвалідністю» (за згодою); |
| Перевезенцев Євген Михайлович | – | завідувач сектору підтримки партисипативних практик відділу з питань внутрішньої політики апарату міського голови виконавчого комітету Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області; |
| Пищита Світлана Миколаївна | – | керівник апарату міського голови виконавчого комітету Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області; |
| Пономаренко Ольга Миколаївна | – | громадська активістка (за згодою); |
| Разумна Олеся Антонівна | – | волонтер, начальник управління по роботі зі зверненнями громадян виконавчого комітету Кременчуцької міської ради Кременчуцького району Полтавської області ; |
| Ситник Сергій Михайлович | – | директор комунального закладу культури «Кременчуцький міський Палац культури»; |
| Смірнов Віталій Олександрович | – | підприємець (за згодою); |
| Ющенко Наталя Миколаївна | – | директор Фонду підтримки підприємництва. |

**Керуючий справами**

**виконкому міської ради Руслан ШАПОВАЛОВ**

**Директор комунального підприємства**

**«Інститут розвитку Кременчука»**

**Кременчуцької міської ради**

**Кременчуцького району**

**Полтавської області Павло БЕДРАЦЬКИЙ**

**Додаток 2**

**до розпорядження міського голови**

**ПОЛОЖЕННЯ**

**про робочу групу з розробки бренду**

**Кременчуцької міської територіальної громади**

**1. Загальні положення**

1.1. Проєкт по створенню бренду Кременчуцької міської територіальної громади (далі – Бренд громади) спрямований на залучення різних груп громадськості для формування образу міста, який відобразить його багатогранність, унікальність та потенціал.

1.2. Мета розробки Бренду громади – визначення та підсилення унікальної ідентичності міста для залучення інвестицій, підвищення її впізнаваності, привабливості та конкурентоспроможності. Брендування та визначення унікальності міста стане потужним інструментом для залучення інвестицій та підтримки місцевого бізнесу.

1.3. Склад робочої групи включає представників місцевої влади, громадськості, бізнесу та культури. Робоча група утворена для координації та проведення процесу розробки Бренду громади.

**2. Організація роботи**

2.1. Робоча група приступає до роботи з моменту затвердження міським головою розпорядження про створення робочої групи з розробки Бренду громади, затвердження його складу та Положення про нього.

2.2. Керує діяльністю робочої групи і організовує її роботу голова робочої групи. Голова робочої групи в межах наданих повноважень:

* скликає засідання робочої групи;
* головує на засіданнях робочої групи;
* видає доручення спеціалістам, які залучені до роботи робочої групи;
* представляє робочу групу у відносинах з юридичними та фізичними особами;
* засвідчує своїм підписом документи щодо проведення робочої групи (протоколи та копії протоколів засідань робочої групи, у разі необхідності, інші документи).

2.3. У разі відсутності голови робочої групи його повноваження виконує заступник голови робочої групи. У випадку відсутності заступника голови робочої групи голова обирає виконуючим обов’язки іншу особу серед членів робочої групи та виносить це питання на голосування.

2.4. Засідання робочої групи проводяться в разі необхідності. Засідання робочої групи скликаються головою робочої групи за поданням секретаря робочої групи. Члени робочої групи зобов’язані брати участь у діяльності робочої групи, виконувати доручення голови робочої групи.

2.5. Засідання робочої групи є правомочним якщо на ньому присутні не менше 50 (п’ятдесяти) відсотків членів робочої групи від загального її складу. Усі рішення робочої групи приймаються на засіданні у присутності не менш як половини її складу відкритим голосуванням простою більшістю голосів. У разі рівного розподілу голосів вирішальним є голос голови робочої групи. У разі відсутності члена робочої групи з числа посадових осіб місцевого самоврядування з поважних причин, допускається його заміна іншим фахівцем того органу, який він представляє та який його уповноважив взяти участь у засіданні робочої групи.

2.6. Рішення робочої групи оформлюється протоколом, який підписує голова та секретар робочої групи. Протоколи засідання робочої групи складаються секретарем робочої групи.

**3. Права та обов’язки**

3.1. Робоча група, відповідно до покладених на неї завдань, має право залучати до роботи вітчизняних та іноземних експертів та консультантів в якості радників для участі у створенні Бренду громади.

3.2. Робоча група зобов’язана забезпечувати проведення засідань робочої групи згідно з цим Положенням.

3.3. Порядок денний засідання робочої групи формується секретарем робочої групи та затверджується головою робочої групи.

3.4. Робоча група має право перенести строки проведення засідання робочої групи. Інформація про перенесення строків проведення засідання робочої групи протягом 2 (двох) робочих днів доводиться до всіх учасників робочої групи не пізніше ніж в останній день засідання робочої групи.

**4. Завдання та етапи розробки Бренду громади**

4.1. Спільно з залученими експертами організувати проведення міського аудиту Кременчуцької міської територіальної громади – збір та аналіз вторинних даних, вивчення конкурентного середовища, опитування місцевих жителів, аналіз медіа перцепції та визначення унікальних рис міста.

4.2. Організувати проведення якісних досліджень – глибинні інтерв**’**ю з представниками місцевої влади, бізнесу та громадськості.

4.3. Сприяти аналізу сучасних трендів та вивчення прикладів айдентики інших міст. Дизайн дослідження, що ставлять за мету пошук дизайн унікальності Кременчуцької міської територіальної громади. Сприяти створенню напрямків візуальної айдентики.

4.4. Організовувати офлайн робочі групи – стратегічні сесії, для формування центральної ідеї «Бренду міста» та обговорення напрямків айдентики.

4.5. Фасилітувати створення візуальних елементів бренду – розробка логотипу, кольорової палітри, шрифтів та інших графічних елементів.

4.6. Спільно з залученими експертами сформувати бренд платформу – позиціонування, сильні сторони, характер бренду, цільові аудиторії, ціннісна пропозиція, канали та інструменти комунікації.

**5. Завершення робіт**

5.1. Створення стратегії просування Бренду громади.

5.2. Розробка брендбуку Кременчуцької міської територіальної громади на основі бренд платформи та візуальної айдентики.

5.3. Після обговорення та внесення корективів, представити Бренд громади для затвердження.

**6. Відповідальність за виконання**

6.1. Робоча група має звітувати перед головою робочої групи щодо ходу робіт та результатів.

6.2. Робоча група включаючи експертів, повинна забезпечувати якісне виконання всіх робіт, зокрема збір даних, проведення досліджень, формування стратегій та впровадження рекомендацій.

6.3. Підтримання ефективної співпраці та комунікації всередині робочої групи, а також з іншими зацікавленими сторонами.

**Керуючий справами**

**виконкому міської ради Руслан ШАПОВАЛОВ**

**Директор комунального підприємства**

**«Інститут розвитку Кременчука»**

**Кременчуцької міської ради**

**Кременчуцького району**

**Полтавської області Павло БЕДРАЦЬКИЙ**