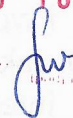


FORMULARZ INTERPELACJI RADNEGO RADY MIASTA PIŁY

BIURO RADY MIASTA PIŁY
Kwituję odbiór pisma

2026 -03- 10

przyjmujący ...



Imię i nazwisko zgłaszającego:

MATEUSZ PAZDEJ

INTERPELACJA

w sprawie wydatków na promocję Miasta Piły z propozycją innowacyjnych, interdyscyplinarnych działań

Jako Radny Rady Miasta Piły zwracam się z pytaniami dotyczącymi strategii promocji naszego miasta. Zależy mi, aby działania te były nie tylko efektywne finansowo, ale również interdyscyplinarne, łącząc wizerunek miasta z kulturą, sportem, edukacją, turystyką i rozwojem lokalnej gospodarki. Wierzę, że przemyślana, nowoczesna promocja może uczynić z Piły przykład miasta atrakcyjnego i innowacyjnego.

Proszę o odpowiedzi na poniższe pytania:

1. Jaki jest roczny budżet na promocję miasta i jak rozkładają się środki między kampanie cyfrowe, wydarzenia kulturalne, sportowe, edukacyjne oraz inicjatywy wspierające przedsiębiorczość lokalną - czy środki te są wykorzystywane w sposób maksymalizujący ich wpływ?
2. Czy miasto stosuje mierzalne wskaźniki skuteczności działań promocyjnych, które pozwalają ocenić realny wzrost zainteresowania turystów, inwestorów i mieszkańców - oraz które elementy kampanii przynoszą największy efekt wizerunkowy?
3. W jaki sposób obecna promocja integruje różne dziedziny życia miejskiego, aby tworzyć spójny, wielowymiarowy wizerunek Piły, zamiast fragmentarycznego przekazu?
4. Czy planowane jest wykorzystanie lokalnych twórców, influencerów, sportowców i artystów w kampaniach cyfrowych i tradycyjnych, aby wzmocnić identyfikację mieszkańców z miastem i jednocześnie zwiększyć jego rozpoznawalność w kraju i za granicą?
5. Jakie działania wspierają promocję lokalnych przedsiębiorstw i produktów regionalnych w kontekście budowania Piły jako miasta innowacyjnego, kreatywnego i otwartego na nowe inwestycje?
6. Czy przewidziano współpracę z instytucjami edukacyjnymi, kulturalnymi i społecznymi w celu tworzenia interdyscyplinarnych projektów, takich jak festiwale nauki, sztuki i sportu, które angażowałyby mieszkańców i przyciągały turystów?
7. Czy miasto analizuje wcześniejsze kampanie pod kątem innowacyjnych form promocji, takich jak gry miejskie, wirtualne wycieczki, interaktywne mapy turystyczne, hybrydowe wydarzenia edukacyjno-kulturalne czy cyfrowe storytellingi pokazujące unikalne atuty Piły?
8. Jakie działania przewiduje się w celu zwiększenia aktywności mieszkańców w promowaniu miasta, aby Piła była postrzegana jako społeczność świadoma własnej wartości i współtworząca swój wizerunek?

9. Czy planuje się nowe partnerstwa z innymi miastami i organizacjami krajowymi lub międzynarodowymi w celu wymiany doświadczeń, wspólnej promocji i wdrażania innowacyjnych praktyk marketingowych?
10. Jak władze miasta oceniają możliwość stworzenia kompleksowej, interdyscyplinarnej strategii promocji, która nie tylko zwiększa widoczność Piły, lecz także wzmacnia integrację społeczną, rozwój turystyki, edukacji i lokalnej przedsiębiorczości, czyniąc miasto wzorem nowoczesnego zarządzania wizerunkiem?

W mojej ocenie świadome, interdyscyplinarne podejście do promocji miasta, wykorzystujące nowoczesne narzędzia cyfrowe, interaktywne aplikacje, hybrydowe wydarzenia i kampanie oparte na lokalnym storytellingu, może znacząco podnieść atrakcyjność Piły, przyciągnąć inwestorów, turystów oraz nowych mieszkańców. Proponuję, aby władze miasta rozważyły wdrożenie takich rozwiązań, które nie tylko zwiększą rozpoznawalność Piły, lecz również wzmocnią poczucie dumy jej mieszkańców.

Z wyrazami szacunku

Mateusz Pazdej
Radny Rady Miasta Piły

Piła, dnia 10 marca 2026 r.

Podpis: *Mateusz Pazdej*

Wypełnia Biuro Rady Miasta

Nr rejestru: <i>BRM-11.0003.141.2026</i>	Data przekazania interpelacji/zapytania do Prezydenta Miasta Piły: <i>16.03.2026</i>
Piła, dnia <i>16.03.2026 r.</i>	Termin przekazania odpowiedzi do Biura Rady Miasta: <i>27.03.2026</i>
Podpis Przewodniczącej: <i>M. Kubiś</i>	Termin odpowiedzi dla Radnej/Radnego: <i>30.03.2026</i>