

Piła, 20 marca 2026 r.

**Pan
Mateusz Pazdej
Radny Rady Miasta Piły**

Odpowiadając na Pańską interpelację nr BRM-II 0003.141.2026 z dnia 10 marca 2026 r. informuję, że podejmowanych jest szereg działań mających na celu budowanie pozytywnego wizerunku miasta Piły oraz zwiększenie jego atrakcyjności turystycznej, inwestycyjnej i społecznej. W ramach prowadzonych działań realizowane są m.in.:

- 1) kampanie promocyjne w mediach tradycyjnych oraz cyfrowych, w tym w mediach społecznościowych,
- 2) wydarzenia kulturalne, sportowe i rekreacyjne,
- 3) współpraca z partnerami lokalnymi, regionalnymi i branżowymi w zakresie promocji miasta, w tym promocja przez sport,
- 4) udział w targach, konferencjach oraz wydarzeniach o charakterze promocyjnym,
- 5) działania informacyjne i promocyjne skierowane do mieszkańców, turystów oraz potencjalnych inwestorów,
- 6) przygotowanie materiałów promocyjnych oraz oficjalnych kanałów komunikacji miasta.

Podejmowane działania ukierunkowane są na spójne i długofalowe budowanie marki miasta, z uwzględnieniem jego możliwości, walorów oraz potrzeb różnych grup odbiorców. Istotnym elementem tych działań jest szeroko rozumiana współpraca z lokalnymi podmiotami, w tym przedsiębiorcami, instytucjami, organizacjami pozarządowymi oraz środowiskami społecznymi. Wspólnie podejmowane inicjatywy pozwalają na efektywne wykorzystanie lokalnego potencjału, wzmacnianie tożsamości miasta oraz tworzenie spójnego i autentycznego przekazu promocyjnego. Nadmieniam, że podejmowane działania są spójne z zapisami Strategii rozwoju miasta Piły do 2035 roku. Przewidywana kwota wydatków w 2026 r. na promocję znajduje się w budżecie Gminy Piła w rozdziale 75075 *Promocja jednostek samorządu terytorialnego*. Warto jednak podkreślić, że wiele działań gminy, jak i jej jednostek

organizacyjnych ma charakter promujący miasto i jego zasoby. Przedsięwzięcia te mają charakter interdyscyplinarny i świadczą o nowoczesnym podejściu do zarządzania wizerunkiem miasta.

PREZYDENT MIASTA PIŁY

BEATA DUDZIŃSKA