

Kórnik dnia 25.02.2026

**Michał Buchwald**  
**Radny Rady Miasta i Gminy Kórnik**  
michal.buchwald@rada.kornik.pl

Rada Miasta i Gminy Kórnik

wpł. dn. 25.02.2026 W

**Szanowny Pan**  
**Przemysław Pacholski**  
**Burmistrz Miasta i Gminy Kórnik**  
**Plac Niepodległości 1**  
**62-035 Kórnik**

Nasz znak: 01/2026/MB

## INTERPELACJA

**W sprawie przygotowania kompleksowego planu marketingowego dla Karty Mieszkańca Gminy Kórnik.**

Szanowny Panie Burmistrzu,

zwracam się z uprzejmą prośbą o podjęcie działań mających na celu opracowanie i wdrożenie **kompleksowego planu marketingowego dla Karty Mieszkańca Gminy Kórnik.**

Karta Mieszkańca to inicjatywa o ogromnym potencjale, która przynosi korzyści trzem stronom: mieszkańcom, lokalnym przedsiębiorcom oraz samej Gminie. Aby jednak ten potencjał w pełni wykorzystać, nie możemy opierać się wyłącznie na biernej reklamie. Konieczne jest profesjonalne podejście i stworzenie dokumentu, który wskaże konkretne działania, mierzalne cele oraz budżet.

Prawidłowo funkcjonująca Karta Mieszkańca powinna realizować dwa główne rezultaty: **promocję lokalnych przedsiębiorców** oraz oferowanie realnych **benefitów dla mieszkańców**, którzy płacą podatki w naszej gminie, co z kolei będzie stanowiło silny bodziec do promowania meldowania się podatkowego w Kórniku.

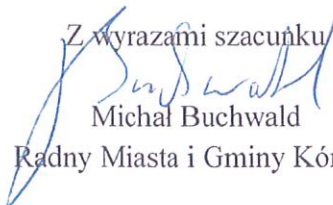
Należy pamiętać o kontekście finansowym – mieszkańcy już teraz ze swoich podatków dopłacają do funkcjonowania jednostek gminnych. Przykładem jest Kórnickie Centrum Rekreacji i Sportu OAZA, do którego z budżetu dopłacamy około **66%**, co w przeliczeniu na każdego mieszkańca daje kwotę około **570 zł** rocznie. Z tego względu plan zniżek proponowanych przez jednostki gminne musi być atrakcyjny i zachęcający, a przede wszystkim – **poprzedzony wnikliwą analizą**. Obecnie system ten bywa nielogiczny. Dla przykładu: na gminnym lodowisku nie funkcjonuje zniżka dla mieszkańców przy zakupie biletu rodzinnego. W efekcie, po przeliczeniu cen pozostałych biletów ze zniżką dla mieszkańca, okazuje się, że taniej wychodzi zakup standardowego biletu rodzinnego bez użycia Karty. Takie sytuacje zniechęcają do korzystania z programu.

W związku z powyższym, wnoszę, aby plan marketingowy Karty Mieszkańca zawierał następujące, kluczowe elementy:

1. **Wskazanie mierzalnych celów w liczbach** (np. zakładana liczba wydanych kart w danym roku, docelowa liczba partnerów programu, zakładany wzrost liczby nowych podatników).
2. **Budżet planu marketingowego** zabezpieczający realizację poszczególnych działań.
3. **Konkretne i aktywne formy promocji**, wykraczające poza standardową reklamę, w tym m.in.:
  - o Zorganizowanie **stoiska promującego Kartę Mieszkańca na wszystkich wydarzeniach gminnych**, gdzie mieszkańcy będą mogli od ręki założyć kartę, a przedsiębiorcy będą mogli promować swoje usługi.
  - o Inicjowanie i **zachęcanie przedsiębiorców do akcji promocyjnych w ich tzw. "niskich sezonach"** (np. koordynowanie jesiennych zniżek w lokalnej gastronomii w październiku).
4. **Przemyślany system zniżek w jednostkach gminnych**, oparty na analizie kosztów i realnej atrakcyjności dla rodzin i mieszkańców.

Karta Mieszkańca to duża szansa na promocję i rozwój Gminy Kórnik. Powinniśmy z tego narzędzia w pełni skorzystać i poważnie podejść do jego wdrażania oraz utrzymania.

Proszę o pozytywne rozpatrzenie mojej interpelacji.

Z wyrazami szacunku  
  
Michał Buchwald  
Radny Miasta i Gminy Kórnik