



Budżet obywatelski: głosowanie coraz bliżej!

2018-06-15

Już 16 czerwca rozpocznie się głosowanie w V edycji Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa. Mieszkańcy będą mogli wybierać spośród 431 propozycji: 123 ogólnomiejskich oraz 308 dzielnicowych. Głosowanie potrwa do 30 czerwca, a w tym roku po raz pierwszy będą w nim mogli wziąć udział także cudzoziemcy, coraz liczniej osiedlający się w Krakowie.

- Do końca czerwca tematyka budżetu obywatelskiego będzie intensywnie promowana w przestrzeni miejskiej i wirtualnej: poprzez ulotki, plakaty i specjalne gazetki, a także media elektroniczne, w tym społecznościowe – zapowiedział zastępca prezydenta Krakowa ds. polityki społecznej, kultury i promocji miasta Andrzej Kulig. To ważne, bo w tym roku głosowanie konkuruje o uwagę krakowian z mundialem i wyczekiwanymi wakacjami.

Ostatecznie, po rozpatrzeniu protestów, do udziału w głosowaniu zakwalifikowano w tym roku **123 projekty ogólnomiejskie oraz 308 projektów dzielnicowych, czyli w sumie 431 propozycji** (dla porównania w 2017 r. można było głosować na 111 projektów ogólnomiejskich oraz 208 projektów dzielnicowych, czyli w sumie 319 propozycji). Są to liczby ustalone po rozpatrzeniu protestów wnioskodawców.

Zgodnie z regulaminem Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa w przypadku odrzucenia projektu w wyniku weryfikacji prawnej wnioskodawcom przysługuje możliwość złożenia protestu. W tym roku odwołania w formie pisemnej wraz z uzasadnieniem można było składać od 5 do 7 czerwca. Protesty rozpatrywano 7, 8 i 11 czerwca na posiedzeniach z udziałem przedstawicieli Rady Budżetu Obywatelskiego. **Ogółem złożono 56 protestów: 15 z nich przyjęto**, 33 odrzucono, 8 wycofano.

- Ocena prawna projektu to często zadanie długotrwałe, wymagające kilku dni i angażujące wiele miejskich jednostek. Wynika to stąd, że pomysły składane przez mieszkańców nierzadko mają charakter interdyscyplinarny, więc mieszczą się jednocześnie w kilku obszarach funkcjonowania miasta. Zawsze podchodzimy do tego procesu bardzo starannie i rzetelnie rozpatrujemy wszystkie uwagi – podkreślił wiceprezydent Andrzej Kulig.

W tym roku mieszkańcy, oddając głos w budżecie obywatelskim, rozdysponują ponad 12 mln zł. Jakie kategorie cieszyły się największym powodzeniem? Pierwsze trzy miejsca zajęły: sport i infrastruktura sportowa, zieleń i ochrona środowiska oraz infrastruktura miejska. Projekty kulturalne znalazły się na czwartej pozycji.

- Najwięcej projektów do oceny dostały Zarząd Zieleni Miejskiej oraz Zarząd Infrastruktury Komunalnej i Transportu. Ta tendencja utrzymuje się w krakowskim budżecie obywatelskim od dwóch lat – podkreśla Mateusz Płoskonka, dyrektor Biura Miejski Ośrodek Wspierania Inicjatyw Społecznych.

kategoria	ogólnomiejskie	dzielnicowe	RAZEM
infrastruktura	28	49	77



kultura	17	49	6
społeczeństwo	8	19	27
bezpieczeństwo	6	18	2
edukacja	7	17	24
zieleń i ochrona środowiska	30	52	82
sport i infrastruktura sportowa	16	67	83
zdrowie	8	34	42
infrastruktura rowerowa	3	3	6
	123	308	431

Głosowanie - kto, jak i gdzie?

Do głosowania w budżecie obywatelskim uprawnione są osoby, które w dniu oddania głosu ukończyły 16 lat oraz są mieszkańcami Krakowa. Co ważne, nie muszą być zameldowane na terenie miasta. Podobnie jak w ubiegłym roku, nie wychodząc z domu, swój głos będzie można oddać na stronie dedykowanej budżetowi obywatelskiemu budzet.krakow.pl. Aby zagłosować w internecie, należy się zalogować do platformy internetowej i podać swoje dane: imię i nazwisko, adres zamieszkania, numer PESEL, numer telefonu komórkowego oraz adres e-mail.

W tym roku będą mogli głosować również cudzoziemcy, którzy mieszkają w Krakowie, ale nie posiadają numeru PESEL – przy zakładaniu konta na platformie budzet.krakow.pl dodatkowo będą musieli podać swoją datę urodzenia oraz płeć. Na tej podstawie generowany będzie kod identyfikacyjny, który umożliwi głosowanie.

Dla osób, które wolą tradycyjne głosowanie, przygotowane zostaną papierowe karty do głosowania. Osoby głosujące w ten sposób będą musiały podać jedynie imię i nazwisko, adres zamieszkania oraz numer PESEL. Każda osoba będzie mogła włożyć do urny tylko jedną kartę – przed wrzuceniem głosu, osoba obsługująca punkt głosowania prosić będzie o okazanie dokumentu potwierdzającego tożsamość.

Punkty do głosowania:

Uruchomionych zostanie 100 stacjonarnych punktów na terenie Krakowa, m.in.:

- w wybranych lokalizacjach Urzędu Miasta Krakowa (przy ul. Wielickiej 28A, al. Powstania Warszawskiego 10, os. Zgody 2),
- Punktach Obsługi Mieszkańca w CH Serenada, Galerii Bronowice oraz CH Bonarka,
- w siedzibach Rad Dzielnic,
- w wybranych instytucjach kultury, tj. filiach Biblioteki Kraków oraz domach kultury,
- w lokalach Programu Aktywności Lokalnej.



**Magiczny
Kraków**

Ponadto od 16 czerwca mieszkańcy Krakowa, którzy wezmą udział w piknikach krakowskich, będą mogli również zagłosować na wybrany przez siebie projekt. Przygotowano tam specjalne strefy obywatelskie, gdzie będą prezentowane dotychczas zrealizowane projekty, a wnioskodawcy będą mieli możliwość promowania swoich pomysłów:

- sobota, 16 czerwca, w parku Kościuszki w godz. 11-17,
- niedziela, 17 czerwca, w parku Ratuszowym w godz. 11-17,
- sobota, 23 czerwca, w parku Jordana w godz. 11-17,
- niedziela, 24 czerwca, w parku Jerzmanowskich w godz. 11-17,
- sobota, 30 czerwca, w parku Bednarskiego w godz. 11-17.

Do promowania budżetu obywatelskiego aktywnie włączają się również krakowskie dzielnice. Specjalnie oznaczone miejsca do głosowania będzie można znaleźć w ich siedzibach, a także podczas festynów z okazji święta dzielnic.

Pełny wykaz stałych i mobilnych punktów do głosowania jest dostępny [tutaj](#).

Kampania komunikacyjno-promocyjna

Działania komunikacyjno-promocyjne w zakresie budżetu obywatelskiego, w tym także promocja samej idei partycypacji społecznej, trwają przez cały rok. Przy okazji rozmaitych przedsięwzięć koordynowanych przez miasto wskazywane i promowane są możliwości, jakie daje mieszkańcom budżet obywatelski. Co ważne, kampania pokazuje realne efekty partycypacji obywatelskiej, prezentując przedsięwzięcia, które zostały zrealizowane właśnie dzięki inicjatywie i głosom mieszkańców. Należy podkreślić, że w ciągu czterech lat do realizacji wybrane zostały łącznie 362 projekty, z czego 92 proc. projektów zostało zrealizowanych.

Kampania informacyjno-promocyjna jest prowadzona na wielu płaszczyznach zarówno za pośrednictwem tradycyjnych kanałów reklamy zewnętrznej (plakaty, billboardy, citylighty), jak również internetu oraz mediów społecznościowych. Na portalu Facebook przez cały rok działa profil Budżetu Obywatelskiego Miasta Krakowa. Można tam znaleźć nie tylko praktyczne informacje na temat budżetu, ale również ciekawostki i prezentacje zrealizowanych wniosków. Wzorem lat ubiegłych w promocję inicjatywy budżetu obywatelskiego zaangażowane będą miejskie jednostki organizacyjne, spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, krakowskie uczelnie oraz szkoły. Spoty reklamowe będą towarzyszyć również mieszkańcom w mediach lokalnych i w komunikacji miejskiej.

W tym roku już po raz drugi do rąk krakowian trafi bezpłatna, drukowana „Gazeta budżetu obywatelskiego”. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców, w gazecie będzie można znaleźć informacje na temat zrealizowanych projektów oraz informacje na temat budżetu obywatelskiego. Gazeta została pogrupowana na cztery mutacje, zgodnie z historycznym podziałem dzielnic, tzn. Śródmieście, Krowodrza, Podgórze i Nowa Huta.

W tym roku na ulice Krakowa wyjedzie też „obywatelski kamper”. Będzie go można spotkać podczas imprez miejskich oraz dzielnicowych, takich jak m.in. Jarmark Świętojański, Święta Dzielnicy III, Dnia



**Magiczny
Kraków**

Grębałowa, Bitwy o Mistrzejowice, Dnia Zesławic czy podczas pikniku Dzielnicy IV. Kamper zatrzyma się na terenie krakowskich uczelni, przy szkołach ponadgimnazjalnych i w miejskiej przestrzeni. W kamperze na mieszkańców czekają specjaliści od budżetu obywatelskiego, którzy służą merytorycznym wsparciem w procesie głosowania. Tu również będzie można oddać głos na wybrany projekt.

Kampania prowadzona będzie zgodnie z rekomendacjami i wnioskami zawartymi w raporcie ewaluacyjnym. Warto przypomnieć, że ubiegłoroczna akcja promocyjna spełniła wszystkie obowiązujące standardy w zakresie promocji budżetu partycypacyjnego w Polsce – zrealizowano wszystkie wymogi, a o kampanii usłyszało 82 proc. ankietowanych. Badani uznali, że informacje o budżecie obywatelskim były łatwo dostępne (w sumie 78 proc. pozytywnych odpowiedzi). Niemal 90 proc. pytanym oceniło, że komunikowane w kampanii informacje były zrozumiałe. Podobnie wysoko oceniono dokładność informacji – 77 proc. pozytywnych odpowiedzi.

Zobacz także:

- [Budżet obywatelski - instrukcja głosowania \[PDF\]](#)