



Budżet obywatelski - przed nami głosowanie

2015-06-18

467 projektów - spośród tyłu będziemy wybierać od 20 do 28 czerwca w głosowaniu nad budżetem obywatelskim miasta Krakowa. Enklawa Wiślana - stworzenie nad rzeką miejsca oferującego różne możliwości spędzania czasu dla osób w każdym wieku, stok narciarski na Sikorniku, darmowa lemoniada w wakacje, ekologiczne ładowarki uliczne, publiczne kąpielisko wraz z ogólnodostępną plażą miejską na Zakrzówku - to tylko niektóre propozycje.

Lista wszystkich projektów oraz wykaz punktów głosowania, w których mieszkańcy będą mogli oddać głos w formie papierowej na specjalnie przygotowanych kartach do głosowania są dostępne na stronie www.krakow.pl/budzet.

Do końca maja urzędnicy oceniali projekty pod względem prawno-formalnym. Pracowali nad weryfikacją 611 wniosków (167 wniosków miało charakter ogólnomiejski, 444 dotyczyły zadań dzielnicowych), złożonych w ramach budżetu obywatelskiego Krakowa. Złożonych zostało 41 protestów (odwołań) do odrzuconych projektów. Pozytywnie rozpatrzono 8 projektów. Negatywną ocenę podtrzymano w stosunku do 33 projektów.

Od 20 do 28 czerwca mieszkańcy będą mogli wybierać, które spośród zadań zyskają największe poparcie i zostaną ostatecznie realizowane ze środków budżetu obywatelskiego. Do końca lipca zostaną ogłoszone zwycięskie projekty przeznaczone do realizacji. Do wydania jest 10 mln zł na zadania ogólnomiejskie i ponad 4 mln zł na dzielnicowe.

Głosować mogą mieszkańcy, którzy w dniu głosowania ukończyli 16. rok życia. Głosować będzie można na dwa sposoby: przez zakładkę na stronie www.budzet.krakow.pl bądź osobiście w lokalu wyborczym. Aby oddać ważny głos, należy wybrać 6 różnych zadań (w tym: 3 zadania o charakterze lokalnym w dzielnicy swojego zamieszkania i 3 zadania o charakterze ogólnomiejskim), przyznając najwyżej ocenionemu projektowi 3 punkty, a najniżej 1 punkt oraz uzupełnić wszystkie rubryki na karcie do głosowania.

Spółród projektów dzielnicowych dominują propozycje inwestycji infrastrukturalnych (naprawa nawierzchni ulicy, przejść dla pieszych, chodnika), a także projekty dotyczące doposażenia placów zabaw, szkół oraz renowacji bibliotek. Wśród projektów ogólnomiejskich znalazły się m.in.: Enklawa Wiślana - stworzenie nad rzeką miejsca oferującego różne możliwości spędzania czasu dla osób w każdym wieku; Zielona Aleja Twardowskiego - przyjazne połączenie Bulwarów Wiślanych z Zakrzówkiem; rewitalizacja Parku Krakowskiego oraz Parku Lotników Polskich; szkoleniowy ośrodek ruchu drogowego dla dzieci i młodzieży „Miasteczko Ruchu Drogowego - Lajkonik”; Pływające brzdące - rewitalizacja części dla najmłodszych odkrytego basenu przy ul. Mackiewiczza; Kobieta w męskim świecie - przedstawicielki płci pięknej grają w piłkę nożną; Krakowski Rower Miejski bliżej mieszkańców - montaż 17 stacji KMK Bike na terenie Podgórze i Nowej Huty; Stacja roweru KMK dla południa Krakowa; Pogromcy bazgrołów; Asocjacja promotorów radosnego ptaka; stok narciarski na Sikorniku; kafejka bezpieczna; darmowa lemoniada w wakacje; ekologiczne ładowarki uliczne; publiczne kąpielisko wraz z ogólnodostępną plażą miejską na Zakrzówku.

Kampania informacyjno-promocyjna rozpoczęła się 1 czerwca, chociaż pierwsze działania promocyjne były prowadzone jeszcze w maju (branding tramwaju bombardier od 4 maja - 28 czerwca, emisja spotu w bus tv). Należy podkreślić, że w II edycji kampanii działania



**Magiczny
Kraków**

informacyjne prowadzone są wielopłaszczyznowo z wykorzystaniem różnorodnych kanałów komunikacji. Osią tej edycji kampanii są, podobnie jak w poprzedniej turze, działania internetowe takie jak emisja bannerów na lokalnych portalach informacyjnych (krakow.gazeta.pl, lovekrakow.pl, onet.pl, krakow.pl) oraz w social media (reklama CPM na Facebooku). W kampanii zostaną wykorzystane także nośniki outdoorowe (ekspozycja plakatów typu citylight w najważniejszych ciągach komunikacyjnych miasta oraz branding tramwaju). Ponadto w jednym z lokalnych dzienników pojawią się reklamy prasowe, a w Radiu Kraków, w porze największej słuchalności, emitowanych będzie ok 90 spotów informacyjnych. Od 15 – 21 czerwca odbędzie się kolportaż 315 000 ulotek w formie druków bezadresowych. Natomiast 50 000 ulotek zostało już rozdystrybuowanych do dzielnic, miejskich jednostek organizacyjnych i kulturalnych oraz do innych miejskich instytucji. Ulotki były również rozdawane podczas Festiwalu Nauki na Rynku Głównym oraz podczas Dnia Otwartego Magistratu.

Podobnie jak w pierwszej turze, w ostatnim tygodniu kampanii (22 – 28 czerwca) na Rondzie Mogiłskim zostanie rozłożony namiot – punkt konsultacji społecznych, w którym pracownicy Urzędu Miasta Krakowa oraz miejskich jednostek organizacyjnych będą pełnili dyżury i udzielali informacji nt. budżetu obywatelskiego. W namiocie mieszkańcy będą mogli również głosować na wybrane projekty.