

IP.02.0531.83.2015

8 kwietnia 2015 roku

BUDŻET OBYWATELSKI – MIESZKAŃCY ZAPROPONOWALI

611 projektów zgłosili mieszkańcy Krakowa do budżetu obywatelskiego 2015 (stan na 8.04. na godz. 12.00). 167 wniosków miało charakter ogólnomiejski, a 444 dotyczyło zadań dzielnicowych.

Wśród zadań ogólnomiejskich znalazły się m.in.: SMOG – STOP (informacja dla mieszkańców o poziomie zanieczyszczenia powietrza); Enklawa Wiśłana – stworzenie nad rzeką miejsca oferującego różne możliwości spędzania czasu dla osób w każdym wieku; reaktywowanie działalności reprezentacyjnej orkiestry dętej miasta Krakowa (orkiestry MPK); „Jestem blisko” – aplikacja zwiększająca szansę przeżycia mieszkańców Krakowa znajdujących się w stanie nagłego zagrożenia zdrowotnego; „Skaczmy do góry jak kangury” – trampoliny na smoczych skwerach oraz placach zabaw i w parkach; szkoleniowy ośrodek ruchu drogowego dla dzieci i młodzieży „Miasteczko Ruchu Drogowego – Lajkonik”; stok narciarski na Sikorniku; Bądź jednym z wielu – stacjonarne alkomaty dla każdego; Płacę i decyduję – zniżki na bilety okresowe dla osób płacących podatki w Krakowie; Krakowski Rower Miejski bliżej mieszkańców – montaż 17 stacji KMK Bike na terenie Podgórza i Nowej Huty; Bon kultury – zakup oferty edukacji kulturalnej dla gimnazjalistów; Samoobsługowe Stacje Naprawy Rowerów; darmowe szczepienia przeciwko wirusowi HPV; darmowa lemoniada w wakacje; ekologiczne ładowarki uliczne; strefa kreatywności – ogólnodostępny lokal dla licealistów i studentów; Interaktywne Centrum Historii Wisły Kraków; Rozkładomaty – system jak dojadę na przystankach; Oranżeria z motylami na Rondzie Mogiłskim; kąpielisko z ogólnodostępną plażą miejską na Zakrzówku; wykup gruntu pod Park Grzegórzecki; Zielone liczniki – jedź płynnie przez miasto; Park&Run – zaparkuj i biegnij.

Wśród zadań dzielnicowych znalazły się m.in.: Kazimierskie murale historyczne (Dzielnica I Stare Miasto), Pomiar chaosu reklamowego (Dzielnica II Grzegórzki), Akademia „Prądnicki Senior” (Dzielnica III Prądnik Czerwony), Gdzie tu stanąć? – czas na prawdziwe miejsce postojowe (Dzielnica IV Prądnik Biały), Budowa Street Workout Parku (Dzielnica V Krowodrza), Płatne patrole policji (Dzielnica VI Bronowice), Multimedialna kultura (Dzielnica VII Zwierzyniec), Szkoła na miarę XXI wieku – Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 17 (Dzielnica IX Łagiewniki – Borek Fałęcki), „Słowińskie lato” (Dzielnica X Swoszowice), Dom Trzech Pokoleń (Dzielnica XI Podgórze Duchackie), Kreatywna Strefa Gier i Miasteczko Ruchu dla Dzieci (Dzielnica XII Bieżanów – Prokocim), Jestem psiarzem – sprzętam (Dzielnica XIII Podgórze), joga w Parku Lotników (Dzielnica

XIV Czyżyny), Familiada „Zdrowo i wesoło” (Dzielnica XV Mistrzejowice), Wakacyjne kino „Pod chmurką” (Dzielnica XVI Bieńczyce), Zielone serce Kantorowic (Dzielnica XVII Wzgórza Krzesławickie), Posiłek do domu (Dzielnica XVIII Nowa Huta).

Pełny wykaz zgłoszonych zadań jest dostępny na stronie www.krakow.pl/budzet.

Do końca maja urzędnicy oceniają projekty pod względem prawno-formalnym. 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.

Na zadania ogólnomiejskie przeznaczono 10 mln zł, a na zadania dzielnicowe ponad 4 mln zł. Koszt zadania ogólnomiejskiego nie może przekroczyć 3 mln zł i nie może być mniejszy niż 25 tys. zł.

Działaniom promocyjno – informacyjnym towarzyszyły m.in.: kolportaż 9000 ulotek dla dzielnic oraz 100 000 sprofilowanych ulotek, strona www.budzet.krakow.pl, reklama w dwutygodniku miejskim „Kraków.pl” oraz TVP Kraków; emisja spotu w telewizji autobusowej bus.tv oraz planszy w automatach KKM, publikacja bannerów na stronach Gazeta.pl, Love Kraków oraz Onecie, kampania na Facebooku; dystrybucja 400 plakatów w siedzibach rad dzielnic, urzędzie miasta Krakowa, miejskich jednostkach organizacyjnych. W II etapie kampanii (1 – 28 czerwca) zostaną także wykorzystane nośniki outdoorowe, prasa, ulotki oraz Internet.

Pierwszą niestandardową formą promocji budżetu obywatelskiego był flashmob. Happening został zorganizowany na Rynku Głównym w Krakowie, gdzie do muzyki Abby „Money, money, money” został wykonany układ taneczny. Na zakończenie eventu tancerze rozłożyli duży banner z napisem „Budżet obywatelski 2015”. Wydarzenie zostało w całości sfilmowane. Ponadto w marcu na rondzie Mogiłskim został ustawiony namiot – punkt informacyjno-konsultacyjny budżetu obywatelskiego. Mieszkańcy mogli w nim zdobyć informacje dot. budżetu, uzyskać pomoc w przygotowaniu projektu. W punkcie dyżurowali pracownicy Urzędu Miasta Krakowa i miejskich jednostek organizacyjnych. Z myślą o dzieciach został przygotowany punkt atrakcji, w którym najmłodszy krakowianie mogli ułożyć puzzle magnetyczne, za co w nagrodę otrzymali pamiątkowe mini puzzle. Namiot stanie również w czerwcu.

Filip Szatanik
Zastępca Dyrektora Biura Prasowego

