

Protokół z IV posiedzenia Rady ds. Budżetu Obywatelskiego

Data posiedzenia: 10 grudnia 2019 r.

Czas trwania posiedzenia: 17:00 – 18:30

Członkowie Rady ds. BO uczestniczący w posiedzeniu:

1. Marek Dudziński
2. Anna Gawrońska-Milczarek
3. Michał Guć
4. Sebastian Jędrzejewski
5. Paweł Kurski
6. Kajetan Lewandowski
7. Monika Rak
8. Łukasz Strzałkowski
9. Mariola Śrubarczyk-Cichowska
10. Marta Wieczorek
11. Urszula Zalewska

Pozostałe osoby uczestniczące w posiedzeniu:

12. Joanna Krukowska (Laboratorium Innowacji Społecznych w Gdyni)
13. Magdalena Warmowska (Laboratorium Innowacji Społecznych w Gdyni)

Temat obrad:

Przedstawienie podsumowania działań promocyjnych podjętych w edycji Budżetu Obywatelskiego z roku 2019 oraz poszukiwanie nowych pomysłów i rozwiązań, które przełożą się na większe zainteresowanie budżetem obywatelskim wśród mieszkańców zarówno na etapie składania wniosków, jak i głosowania.

Porządek obrad:

1. Przedstawienie podsumowania działań promocyjnych podjętych w edycji BO2019
2. Pomysły i propozycje na promocję BO w dzielnicach w 2020, w tym:
 - 1) Potencjalni sojusznicy („ambasadorzy”) działań promocyjnych,
 - 2) Wydarzenia dzielnicowe/miejskie, na których można promować BO,
 - 3) Kanały promocji i komunikacji,
 - 4) Lotne brygady.
3. Pomysły i propozycje na promocję projektów miejskich

- 1) Promocja rekrutacji na warsztaty
- 2) Promocja projektów wypracowanych podczas warsztatów
- 3) Rola radnych (miejskich, dzielnicowych, Rady ds. BO) podczas warsztatów

Przebieg Posiedzenia:

Ad.1.

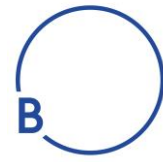
Uczestnikom spotkania został wręczony szczegółowy raport z działań promocyjnych BO2019, który następnie omówiły Marta Wieczorek i Joanna Krukowska.

Ad.2 i 3

Kolejnym punktem spotkania było generowanie nowych pomysłów na promocję budżetu obywatelskiego zarówno na poziomie dzielnicowym, jak i miejskim w oparciu o wcześniej przedstawiony raport.

Uczestnicy spotkania zgłaszali pod obrady następujące rozwiązania:

- zaangażowanie harcerzy - wolontariuszy z poszczególnych drużyn działających w dzielnicach, którymi koordynować mogłaby np. jedna osoba z Rady Dzielnic, zainteresowana narzędziem budżetu obywatelskiego;
- nawiązanie współpracy ze spółdzielniami i wspólnotami mieszkaniowymi w celu organizacji spotkań z mieszkańcami upowszechniających wiedzę o BO;
- w zakresie działalności Rad Dzielnic:
 - określenie ról i obszarów dla Radnych Dzielnic w zakresie promocji BO;
 - intensyfikacja działań Rad na etapie składania wniosków w zakresie promowania wszystkich projektów albo całego procesu podczas spotkań z mieszkańcami, na profilu dzielnicy na FB czy na stronach internetowych;
 - Radni Dzielnic będący jednocześnie wnioskodawcami powinni angażować się w Radzie Dzielnic w promocję idei BO i wszystkich projektów, które zostały dopuszczone do głosowania;
 - zadbanie o zwiększenie atrakcyjności miejsc spotkań – lokale, z których najczęściej nieodpłatnie korzystają Rady Dzielnic to korytarze szkolne i sale lekcyjne (może warto byłoby wyjść „na zewnątrz”);
 - promocja BO powinna wybrzmiewać w Radach Dzielnic przez cały rok, nie tylko w okresie składania wniosków, głosowania. BO to bardzo ważny mechanizm dla mieszkańców dzielnicy umożliwiający realizację pomysłów, nad którymi można popracować wcześniej, czy też na szerszą skalę;



- Rady Dzielnic mogą proponować mieszkańcom budżet obywatelski jako narzędzie alternatywne, dające możliwość realizacji przedsięwzięć, których same w danym momencie nie będą w stanie sfinansować. Ważny przy tym jest przekaz i powoływanie się na dobre praktyki stosowane już przez Rady Dzielnic: dofinansowanie projektów pierwszych „pod kreską”, czy też w dłuższej perspektywie czasowej, kumulowanie środków na projekty, które uzyskały duże poparcie, a mimo to nie zostaną zrealizowane ze środków BO;
- Rada Dzielnic, dzięki świadomemu korzystaniu z narzędzia jakim jest BO, mogłaby również wpływać na rozkład projektów w dzielnicy (by uniknąć kumulowania ich np. w jednej z części dzielnicy) co prawdopodobnie skutkowałoby większym zainteresowaniem BO ze strony mieszkańców;
- ważne jest, by nadać Radom Dzielnic kompetencje poprzez edukację np. spotkania/warsztaty dotyczące BO dla Radnych ze wszystkich dzielnic, udział w Programie Kompetencji Miejskich w UrbanLabie;
- bieżące i trwające przez cały rok pokazywanie mieszkańcom konkretnych efektów BO - zrealizowanych projektów przy użyciu różnorodnych środków przekazu;
- celebrowanie z mieszkańcami zakończonych procesów, w które się zaangażowali; dla zainteresowanych - przy wsparciu narzędzi udostępnionych przez Miasto;
- systemowe działanie Miasta: wyposażanie inwestycji w tablice informacyjne, identyfikujące zrealizowane zadania ze źródłem finansowania - nie tylko ze środków z budżetu miasta Gdyni lecz także z BO, czy środków Rady Dzielnic itd. Obecnie wypracowywane są nowe wytyczne w tej sprawie;
- realizacja warsztatów o BO w szkołach w ramach edukacji obywatelskiej – poszukiwanie środków poza działem Diagnoz i Partycypacji;
- promocja BO wśród osób starszych – podzielenie się praktykami: ogłoszenia w kościele dot. punktów oddawania głosów np. na plebaniach, w salkach katechetycznych; Prezydent corocznie pisze list do proboszczów parafii z prośbą o promocję BO; pomoc seniorom w głosowaniu w Klubach Seniora i Domach Pomocy Społecznych. Pojawiła się również propozycja edukacji poprzez dzieci/młodzież (zwykle użytkowników smartfonów, tabletów itd.). Warto zastanowić się nad tym, czy mała frekwencja seniorów podczas głosowania, nie wynika z uznania, że zaproponowane projekty nie są dla nich ciekawe;
- promocja poprzez nieodpłatne wypożyczenie wnioskodawcom np. tabletów z dostępem do Internetu w czasie głosowania;
- promocja projektów miejskich:
 - zauważono, że punktowe projekty (dot. konkretnego działania w jednej lokalizacji) miały mniejszą szansę na sukces niż projekty, które dotyczyły działania w większej ilości dzielnic – warto zwrócić na to uwagę uczestnikom warsztatów miejskich;

- wątek promocji projektów miejskich powinien zostać ujęty jako element w programie warsztatów miejskich, przy czym czas warsztatów nie powinien ulec wydłużeniu;
- wnioskodawcy, promujący swoje pomysły w dzielnicach dobrze, mogliby jednocześnie nagłaśniać projekty miejskie; warto do tego pomysłu powrócić pod koniec warsztatów;
- położenie większego nacisku na media społecznościowe: nie tylko facebook, lecz także Instagram, YouTube, TikTok oraz zakup postów sponsorowanych;
- skorzystanie z narzędzie Google AdWords;
- konkretne osoby twarzami BO np. sportowcy Arki Gdynia;
- profity przy głosowaniu np. ujęte w Karcie Mieszkańca.

Podsumowanie:

Spośród poddanych pod dyskusję pomysłów wybrzmiało przede wszystkim, że:

1. bardzo ważną kwestią jest stworzenie oferty edukacyjnej dotyczącej BO, adresowanej do Rad Dzielnic;
2. dobrą reklamą BO będzie nieustannie trwająca w ciągu roku promocja konkretnych efektów BO - zakończonych inwestycji czy też działań miękkich, wynikających z realizacji zwycięskich projektów (warsztaty, wydarzenia kulturalne itd.) oraz celebrowanie, wspólne uwieńczenie z mieszkańcami sukcesu procesów, w które się zaangażowali.

Ustalono, że termin następnego posiedzenia Rady zostanie wyznaczony w późniejszym terminie.

Protokół sporządziła:
Magdalena Warmowska