



## OPIS DOBREJ PRAKTYKI

### 1. Dane dotyczące gminy/powiatu

nazwa inicjatywy	Budżet Obywatelski 2014
nazwa gminy/powiatu	Miasto Białystok
dokładny adres	Ul. Słonimska 1
województwo	podlaskie
telefon	85 869 60 61
adres strony internetowej	<a href="http://www.bialystok.pl">www.bialystok.pl</a>
faks	
adres e-mail	bks@um.bialystok.pl

### 2. Rodzaj(e) podjętych działań (zaznacz):

- kształtowanie efektywnych systemów konsultacji społecznych i udziału obywateli w formułowaniu strategii rozwoju i prowadzenia polityki lokalnej lub regionalnej;
- wprowadzanie nowatorskich form demokracji lokalnej;
- rozwijanie systemów kontroli i komunikacji społecznej, ze szczególnym podkreśleniem przejrzystości procesów decyzyjnych władz gminy lub powiatu;
- oryginalne formy aktywizacji działalności obywatelskich i współpracy z organizacjami pozarządowymi;
- formy działalności z podmiotami gospodarczymi i ich samorządami na rzecz wspólnoty obywatelskiej i lokalnego rozwoju;
- działania na rzecz wychowania obywatelskiego, w tym pozaszkolne inicjatywy edukacyjne, działania na rzecz młodych mieszkańców gminy lub powiatu;
- decentralizację realizacji zadań publicznych, drogą przekazywania jej organizacjom obywatelskim lub jednostkom bliższym obywateli;
- inne.....  
.....

### 3. Przedmiot działalności

W 2013 r. Białystok po raz pierwszy dołączył do miast, w których mieszkańcy bezpośrednio decydują o części wydatków na inwestycje. Na projekty obywatelskie przeznaczono 10 mln zł z budżetu miasta. W przeliczeniu na mieszkańca jest to jeden z najwyższych budżetów, które zdecydowały się na takie przedsięwzięcie. W ramach Budżetu Obywatelskiego 2014 białostoczanie zgłaszali, a następnie wybierali projekty do realizacji w przyszłym roku. W głosowaniu nad projektami wzięło udział ponad 40-tysięcy mieszkańców.

### 4. Opis działań

Inicjatorami budżetu obywatelskiego byli radni miejscy, którzy 25 czerwca 2013 roku przyjęli uchwałę pozwalającą na realizację tego przedsięwzięcia.

#### **Harmonogram konsultacji społecznych w ramach Budżetu Obywatelskiego na rok 2014:**

- **25 czerwca 2013 r.**

Uchwała nr XLVIII/534/13RADY Miasta Białystok z dnia 25 czerwca 2013 r. w sprawie przeprowadzenia na terenie miasta Białystok konsultacji społecznych w sprawie Budżetu Obywatelskiego, jako części budżetu Miasta Białegostoku na 2014 rok.

- **19 sierpnia - 20 września 2013 r.**

Składanie przez mieszkańców i organizacje pozarządowe propozycji projektów do Budżetu Obywatelskiego na rok 2014.

- **23 września 2013 r.**

Powołania Komisji ds. Budżetu Obywatelskiego 2014 (Zarządzenie nr 3789/13).

Powołanie Komisji Skrutacyjnej ds. Budżetu Obywatelskiego oraz określenia sposobu przeprowadzenia głosowania (Zarządzenie nr 3790/13).

- **23 września - 04 października 2013 r.**

Weryfikacja propozycji pod względem formalno-prawnym i merytorycznym. Opracowanie listy zweryfikowanych projektów.

- **7 października - 25 października 2013 r.**

Głosowanie nad zakwalifikowanymi projektami.

W głosowaniu mogli wziąć udział pełnoletni mieszkańcy Białegostoku, posiadający prawo wyborcze, zameldowani w naszym mieście. Głosować można było w punktach do głosowania lub za pomocą formularza elektronicznego. Jedna osoba mogła wskazać od 1 do maksymalnie 5 projektów. Kartę do głosowania można było wrzucić do urn ustawionych w czterech punktach w budynkach Urzędu Miejskiego w Białymstoku. Karty do głosowania



znajdywały się przy urnach, dostępne były również na naszej stronie internetowej (można je było samodzielnie wydrukować). Głosowanie internetowe odbyło się na stronie internetowej [www.bialystok.pl](http://www.bialystok.pl) (<http://www.bialystok.pl/1273-budzet-obywatelski/default.aspx>).

- **4 listopada 2013 r.**

Ogłoszenie wyników konsultacji i przedstawienie projektów, które zostaną zrealizowane.

Kampania informacyjno-promocyjna realizowana była przez pracowników Urzędu Miejskiego w Białymstoku. Informacje o założeniach Budżetu Obywatelskiego były przekazywane mieszkańcom:

- 31 sierpnia 2013 r. w punkcie informacyjnym na Rynku Kościuszki w dniu koncertu „Białystok- miasto dobrej muzyki”,
- 15 września 2013 r. podczas II Targów Ekonomii Społecznej na Rynku Kościuszki,
- w Centrum Współpracy Organizacji Pozarządowych Departament Spraw Społecznych codziennie od poniedziałku do piątku w godzinach 8.00-16.00 osobiście, telefonicznie i elektronicznie.

Staraliśmy się wykorzystać jak najbardziej efektywne narzędzia promocji przy relatywnie niskich kosztach. Do mieszkańców Białegostoku wysłaliśmy pocztówki informujące o głosowaniu na projekty z Budżetu Obywatelskiego. Na słupach ogłoszeniowych, w szkołach i przedszkolach pojawiły się również plakaty informacyjne. Ponadto w lokalnym radiu oraz autobusach komunikacji miejskiej wyemitowaliśmy spoty zachęcające do głosowania.

Na bieżąco informacje o głosowaniu pojawiały się także na naszej stronie internetowej ([www.bialystok.pl](http://www.bialystok.pl)) oraz na oficjalnym profilu Miasta Białystok na portalu facebook (Wschodzący Białystok: <https://www.facebook.com/Wschodzacy.Bialystok>).

Systematycznie przypominaliśmy mieszkańcom o głosowaniu, na bieżąco podawaliśmy informacje z liczbą osób, które już zagłosowały za pomocą formularza elektronicznego. Na oficjalnym profilu na youtube (Rising Białystok:

<https://www.youtube.com/user/RisingBialystok>) opublikowaliśmy również ponad 40 filmików, w których projektodawcy (którzy wyrazili chęć) prezentowali swoje projekty i zachęcali do głosowania (obejrzało je ponad 8 000 osób, przykłady filmów:

<http://www.youtube.com/watch?v=EpUo9zeOKu4> ,

<http://www.youtube.com/watch?v=F-AJGQUd65E> ,

<http://www.youtube.com/watch?v=ObPCHRtQ080>).

Staraliśmy się dotrzeć do jak największej liczby mieszkańców, do różnych grup społecznych i wiekowych. Również prezydent Białegostoku Tadeusz Truskolaski włączył się w promocję Budżetu Obywatelskiego 2014 i zachęcał mieszkańców do zgłaszania swoich projektów oraz do udziału w głosowaniu na najlepsze pomysły.

## 5. Uzyskane efekty

- W ramach białostockiego Budżetu Obywatelskiego 2014 łącznie złożono 186 wniosków. Większość projektów zgłosili sami białostoczanie – ponad 80 % zgłoszeń wpłynęło od osób fizycznych.
- Komisja ds. Budżetu Obywatelskiego przeprowadziła weryfikację wniosków pod względem formalno-prawnym, możliwości realizacji oraz możliwości zabezpieczenia w budżecie na kolejne lata środków na pokrycie ewentualnych kosztów generowanych przez projekt.
- Powstała lista 51 projektów zweryfikowanych pozytywnie i zakwalifikowanych do głosowania.
- W głosowaniu na projekty z Budżetu Obywatelskiego oddano łącznie 32 461 ważnych głosów.
- W wyniku przeprowadzonego głosowania wyłoniono 7 projektów do realizacji.

Ważnym efektem tego projektu jest zaangażowanie mieszkańców w promocję swoich pomysłów i zainteresowanie sprawami miasta. Projektodawcy osobiście zapraszali sąsiadów, członków swoich społeczności (np. w parafiach), przygotowali ulotki, banery, organizowali się w internecie. Poczucie wspólnoty i świadomy udział mieszkańców Białegostoku w podejmowaniu decyzji dotyczących przyszłości naszego Miasta zaowocowało większym zainteresowaniem tymi kwestiami także teraz.

Urząd Miejski w Białymstoku na bieżąco monitoruje realizację zwycięskich projektów i informuje mieszkańców o postępach prac za pomocą swojej strony internetowej oraz profili w mediach społecznościowych.

### **Media o białostockim Budżecie Obywatelskim 2014**

O projekcie budżetu obywatelskiego mówiły Media regionalne i ogólnopolskie. Na bieżąco informowały o postępach prac regionalna telewizja i radio.

- <http://www.isp.org.pl/decydujmyrazem/aktualnosci,1,533.html>
- <http://www.radio.bialystok.pl/wiadomosci/index/id/105231>
- <http://www.radio.bialystok.pl/wiadomosci/index/id/104975>
- <http://www.tvp.pl/bialystok/aktualnosci/spoleczne/glos-obywateli/12698546>
- [http://bialystok.gazeta.pl/bialystok/1,35241,14858855,Bialostoczanie\\_kupili\\_budzet\\_obywatelski\\_Zaglosowalo.html](http://bialystok.gazeta.pl/bialystok/1,35241,14858855,Bialostoczanie_kupili_budzet_obywatelski_Zaglosowalo.html)
- <http://www.institutobywatelski.pl/17945/komentarze/budzet-obywatelski-w-bialymstoku-warto>

## 6. Oszacowanie nakładów poniesionych na organizację i realizację projektu

Najważniejszym kosztem były nakłady poniesione na działania informacyjne i promocyjne. Pozostałe koszty (np. weryfikacja wniosków) są kosztami funkcjonowania Urzędu Miejskiego.

### **Koszty związane z promocją Budżetu Obywatelskiego 2014:**

- druk 500 sztuk plakatów i 106.000 sztuk pocztówek – koszt 4.132,80 zł
- plakatowanie – koszt 3.142,15 zł
- kolportaż pocztówek – koszt 2.460,00 zł
- nagranie 2 spotów reklamowych – koszt 1.230,00 zł
- emisje spotów reklamowych w dwóch turach na antenie radia Jard – koszt 2.988,90 zł
- 13.953,85 zł – łączny koszt działań promocyjnych Budżetu Obywatelskiego 2014.

W Białymstoku zorganizowano 4 stacjonarne punkty do głosowania zlokalizowane w budynkach Urzędu Miejskiego. Spoty reklamowe wyemitowano również w autobusach Białostockiej Komunikacji Miejskiej. A plakaty były nieodpłatnie wieszane w szkołach, przedszkolach i jednostkach organizacyjnych Urzędu Miejskiego. Plakaty oraz pocztówki reklamowe były również odbierane przez pomysłodawców projektów. Dzięki temu mieszkańcy sami mogli się włączyć w promocję swoich pomysłów.

W ramach promocji BO 2014 nakręcono 43 filmiki z wystąpieniami pomysłodawców projektów. Zrealizowano również 2 inne nagrania – filmik z podziękowaniem Prezydenta Białegostoku za zgłoszone projekty oraz zachętą do głosowania, jak również filmik z otwarciem urn i liczenia głosów.

Niezbędne było także przygotowanie internetowego formularza do głosowania. To zadanie wykonała firma zewnętrzna za kwotę ok. 9 000 zł.

## 7. Czy napotkali Państwo trudności, z którymi należało się zmierzyć, aby zrealizować projekt?

- Należało stworzyć elektroniczny formularz umożliwiający automatyczne weryfikowanie i zliczanie głosów oddanych na projekty.
- Zbyt napięty harmonogram sprawił, że wiele zadań należało wykonać w zbyt krótkim czasie.

## 8. Zalecenia dla innych jednostek samorządu terytorialnego zainteresowanych wdrożeniem projektu

- Stworzenie spójnego harmonogramu z racjonalnym podziałem czasowym na realizację poszczególnych etapów budżetu obywatelskiego.
- Zaplanowanie z odpowiednim wyprzedzeniem kampanii informacyjno-promocyjnej.