



**Wrocławski
Budżet
Obywatelski**

JAK WYGRAĆ W WBO?

Liderzy liderom



Wrocław miasto spotkań

● TYTUŁEM WSTĘPU

Niniejszy poradnik adresowany jest do obecnych i przyszłych liderów projektów Wrocławskiego Budżetu Obywatelskiego. Być może więc także do Ciebie. Poradnik poświęcony jest promocji projektów, czyli temu, co możesz zrobić, by Twoja inicjatywa zdobyła głosy jak największej liczby mieszkańców Wrocławia. Od tego zależeć będzie bowiem, czy zostanie zrealizowana.

Poniżej opowiemy Ci o tym, jak postawić kilka pierwszych kroków na drodze do sukcesu. Właściwie opowiedzą Ci, którzy tę drogę już przeszli i są dziś liderami swoich społeczności, inicjatorami wielu przedsięwzięć, które zmieniły nasze miasto na lepsze. Zechcieli oni podzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem podczas forum zorganizowanego z inicjatywy Wydziału Partycypacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia 8 sierpnia 2019 roku.

Byli to: **Joanna Hartman-Łesiuk, Joanna Klima, Aleksandra Sieradzka-Stasiak, Robert Gacek oraz Tomasz Myszek-Wolski**. W spotkaniu w charakterze ekspertów wzięli też udział **Karolina Wojtowicz** (Biuro Prasowe Urzędu Miejskiego Wrocławia) i **Leszek Więckowski** (Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej S.A.). Poniżej zebrane zostały główne wątki z wystąpień i dyskusji.

Arkadiusz Drukier, Agata Bulicz

● SPIS TREŚCI

CZYM JEST WROCŁAWSKI BUDŻET OBYWATELSKI?	3
ZACZNIJMY OD POCZĄTKU. SKĄD BIORĄ SIĘ DOBRE POMYSŁY NA PROJEKT?	5
WESPÓŁ W ZESPÓŁ	7
TRAFIĆ DO LUDZI	8
SPOSÓB 1. Uściśnij jak najwięcej dłoni!	8
SPOSÓB 2. Znajdź najbardziej wpływowych!	9
SPOSÓB 3. Ulotki i plakaty	11
SPOSÓB 4. Media społecznościowe	13
BĄDŹ SPRYTNY – TWÓRZ KOALICJE	15
WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD	17
DAJ MIESZKAŃCOM SZANSE ODDANIA GŁOSU	19
CO PO GŁOSOWANIU?	20
W WBO NIKT NIE PRZEGRYWA	21

Idea:

Wydział Partycypacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia

Realizacja:

Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej

Autorzy:

Arkadiusz Drukier, Agata Bulicz

Liderzy WBO:

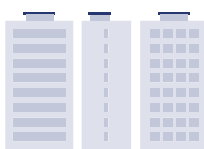
**Joanna Hartman-Łesiuk, Joanna Klima, Aleksandra Sieradzka-Stasiak,
Tomasz Myszko-Wolski, Robert Gacek**

● CZYM JEST WROCŁAWSKI BUDŻET OBYWATELSKI?

Wrocławski Budżet Obywatelski (WBO) to narzędzie do współdecydowania o mieście przeznaczone dla nas – mieszkańców. Część budżetu miejskiego, zgodnie z ustawą o samorządzie gminnym, zarezerwowana jest do naszej dyspozycji. Wystarczy zaplanować i zgłosić dowolny projekt spełniający kryteria WBO, a o jego realizacji zdecydują mieszkańcy Wrocławia w głosowaniu.

**Budżet
25 MLN ZŁ**

**9
MLN ZŁ**



Projekty osiedlowe

**16
MLN ZŁ**



Projekty ponadosiedlowe

Projekty

- z katalogu zadań własnych gminy*
- ogólnodostępne

*Ustawa o samorządzie gminnym, art. 7

Wszystkie potrzebne informacje o WBO zostały opublikowane na stronie: www.wroclaw.pl/wbo

Pierwszy, pilotażowy projekt WBO zrealizowano we Wrocławiu w 2013 roku i na jego podstawie, po konsultacjach z mieszkańcami, wypracowano zasady kolejnych edycji. Do dzisiaj w każdym roku organizowane są otwarte spotkania dla mieszkańców w sprawie usprawniania zasad WBO. Warto o tym pamiętać, szczególnie jeśli dostrzegasz te elementy WBO, które można poprawić. Jeżeli uważasz, że WBO działa jak należy, też o tym mów.

**WBO
'19**



WBO ZMIENIA SIĘ Z ROKU NA ROK

Najważniejsze zmiany w zasadach WBO w 2019 roku w porównaniu z poprzednimi edycjami to:

- rozciągnięcie prawa do głosowania na wszystkich mieszkańców Wrocławia, niezależnie od wieku;
- ograniczenie możliwości oddawania głosów na papierowych kartach (głosować w ten sposób będzie można tylko w Centrach Obsługi Mieszkańca);
- głosowanie w dwóch kategoriach projektów, osiedlowych i ponadosiedlowych, przy czym głosujący może oddać swój głos na co najwyżej jeden projekt każdego rodzaju.

Szczegółowe zasady WBO w 2019 roku znajdują się tu:

www.wroclaw.pl/wbo-zasady

ZASADY GŁOSOWANIA



- każdy mieszkaniec i mieszkanka



- nie potrzeba meldunku



- tylko raz na 1 projekt osiedlowy i 1 ponadosiedlowy



- elektronicznie www.wroclaw.pl/wbo lub papierowo w punkcie głosowania
- wyniki na www.wroclaw.pl/wbo oraz BIP

● ZACZNIJMY OD POCZĄTKU. SKĄD BIORĄ SIĘ DOBRE POMYSŁY NA PROJEKT?

– Po pierwsze trzeba rozpoznać potrzeby mieszkańców – mówi Joanna Klima, aktywistka ze Szczepina, prezeska Stowarzyszenia “Serce Szczepina”.

” Po pierwsze trzeba rozpoznać potrzeby mieszkańców

- Joanna Klima

! *Dziel się z innymi swoimi spostrzeżeniami i pomysłami. Bez rozmów nie narodził się żaden pomysł na zmianę*

Słuchaj więc, o czym mówią Twoi bliźsi i dalsi sąsiedzi, na co się skarżą i o czym marzą. Rozmawiaj z wieloma ludźmi, także z tymi – a może zwłaszcza z tymi – którzy różnią się od Ciebie. Mów im o tym, co jest ważne dla Ciebie.

Pamiętaj, że razem korzystacie z przestrzeni publicznych i rzadko się zdarza, żeby projekt miał tylko jedną grupę potencjalnych odbiorców.

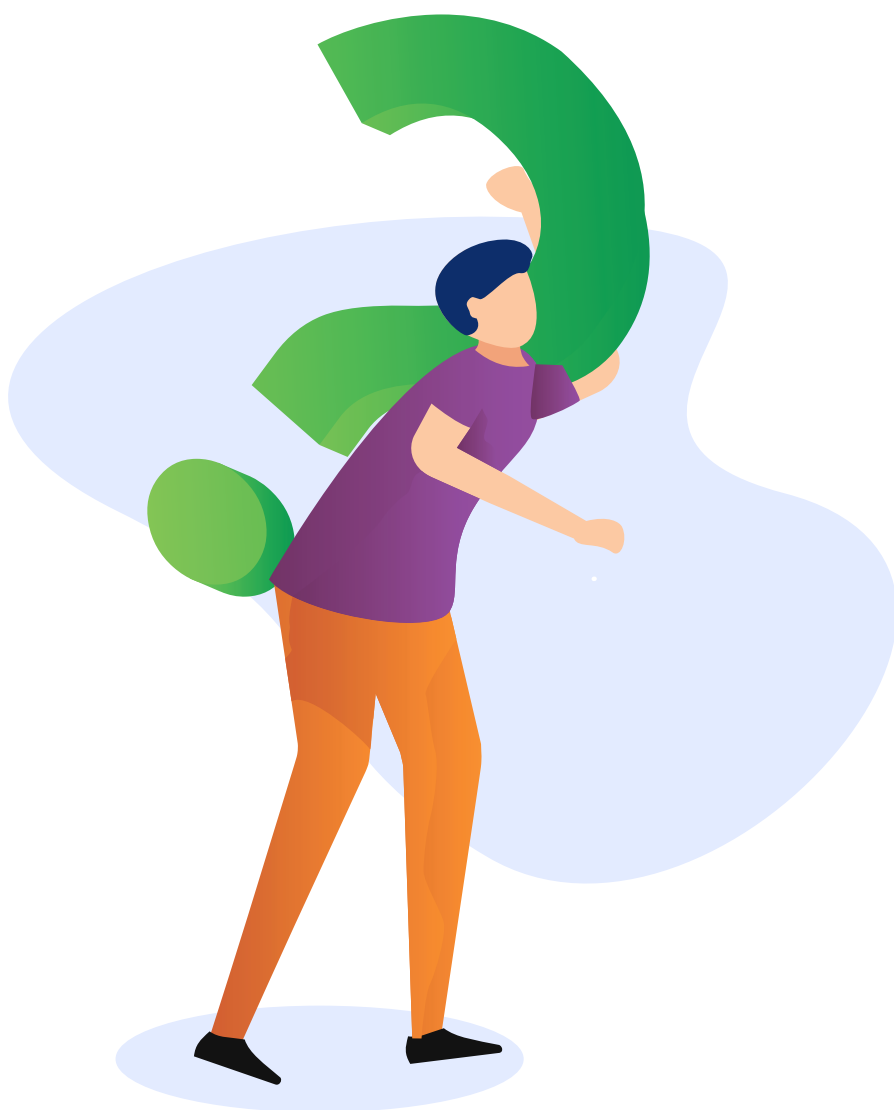
Jeśli będzie odpowiedzią na potrzeby tylko jednej grupy mieszkańców, mało prawdopodobne jest, by zebrał dostateczną liczbę głosów. Będziesz potrzebował sojuszników, pomyśl więc o ich potrzebach, a najlepiej zapytaj o nie wcześniej.

Jeżeli planujesz zamknięty wybieg dla psów, dowiedz się, czego potrzebują w jego pobliżu ci, którzy psa nie mają, a nadal chcieliby korzystać z tego terenu. Może ławek zwróconych w stronę wybiegu, skąd mogliby obserwować hasające czworonogi? Myśląc o nowym placu zabaw, dowiedz się, jak inni mieszkańcy wykorzystują dotychczas to miejsce i jak chcieliby korzystać z niego w przyszłości. Może w pobliżu huśtawek znajdzie się miejsce na stół szachowy i wygodne siedziska, dzięki czemu da się pogodzić potrzeby dzieci, rodziców i gromadki zapalonych szachistów spotykających się dotąd na ławce z przenośnymi szachami? Dzięki rozmowom z ludźmi masz szansę tworzyć projekty, które będą łączyć, a nie dzielić!

CZASEM LEPIEJ OD INNYCH WIDZISZ, CZEGO POTRZEBA NA TWOIM OSIEDLU.

– Jestem urbanistą z zawodu. Jako urbanista dostrzegłam zaraz po zamieszkaniu na osiedlu brak infrastruktury społecznej – mówi Joanna Hartman-Łesiuk, liderka jednego z projektów na osiedlu Maślice.

Twój unikalny punkt widzenia może wynikać z Twojego zawodu albo z hobby, pozwalającego dostrzec w jakimś miejscu potencjał, którego nikt wcześniej nie zauważył. Czasem wystarczy tylko to, że wprowadziłeś się niedawno i masz świeże spojrzenie. Dziel się z innymi swoimi spostrzeżeniami i pomysłami. Bez rozmów nie narodził się żaden pomysł na zmianę.



• WESPÓŁ W ZESPÓŁ

Nawet najlepszy pomysł potrzebuje jednak promocji. A Ty potrzebujesz drużyny.

Na początku możesz tego nie wiedzieć, ale prędzej czy później zauważysz, że nie zrobisz wszystkiego sam.

- Przez dwa lata próbowałyśmy we dwie z koleżanką. – wspomina Aleksandra Sieradzka-Stasiak, liderka projektu na osiedlu Złotniki.
- Dziś wiem, że tak się nie da.

Rozglądnij się zatem wśród osób, które popierają Twoją inicjatywę. Na pewno część z nich chce nie tylko na nią zagłosować, ale też włączyć się w jej promowanie. Pomyśl, kogo potrzebujesz. Szukaj zwłaszcza osób, którzy mają umiejętności i zasoby, jakich Tobie brakuje. W każdym środowisku znajdzie się profesjonalista lub amator potrafiący coś, czego Ty nie umiesz: grafik gotowy zaprojektować ulotkę, fotograf, który przygotuje interesujące zdjęcia, dziennikarz, który opracuje tekst notatki o Waszym projekcie dla lokalnych mediów. Może właściciel lokalnego punktu poligraficznego wydrukuje ulotki i plakaty taniej, może ktoś poświęci czas na ich roznoszenie, ktoś inny zajmie się prowadzeniem profilu na Facebooku, a jeszcze ktoś zasili Wasz budżet na promocję większą kwotą? W ten sposób stworzysz zespół, który trudno będzie zatrzymać.

- Jedna osoba może niewiele, ale jeśli jest Was dziesiątka, stanowicie naprawdę znaczącą siłę – mówi Bartłomiej Świerczewski, Dyrektor Departamentu Spraw Społecznych Urzędu Miejskiego Wrocławia.

” Jedna osoba może niewiele, ale jeśli jest Was dziesiątka, stanowicie naprawdę znaczącą siłę
- Bartłomiej Świerczewski

! Nawet najlepszy pomysł potrzebuje promocji. A Ty potrzebujesz drużyny.



● TRAFIĆ DO LUDZI

Nie wystarczy, że Twój pomysł jest dobry. Mieszkańcy muszą się o nim dowiedzieć, zapalić się do niego, a wreszcie na niego zagłosować. Jak to zrobić? Oto kilka prostych i wypróbowanych sposobów.

SPOSÓB 1.

Uściśnij jak najwięcej dłoni!

- Policzyłam, ile domów mamy na osiedlu i pomyślałam, że zajdę do każdego – wspomina Joanna Hartman-Łesiuk. – A potem te kilkaset domów odwiedziłam. Nieraz musiałam tłumaczyć, co to jest WBO. Niezależnie od tego, jakie inne sposoby dotarcia do mieszkańców zastosujesz, nic nie zastąpi setek rozmów twarzą w twarz.
- Żeby wygrać, trzeba dużo gadać, i to gadać ze wszystkimi naokoło
- dodaje Tomasz Myszkowski, społecznik, jeden z członków grupy “Przyjazny Tarnogaj”.

Jeżeli jednak nie możesz dotrzeć osobiście do każdego, ponieważ mieszkasz na dużym osiedlu albo promujesz projekt ponadosiedlowy, zacznij od obejrzenia filmu Piotra Szymańskiego pod adresem

www.bit.ly/chcesz-wygrac-wbo.

Dowiesz się z niego, kto głosuje w WBO, będzie Ci więc łatwiej zdecydować, do kogo głównie skierujesz działania promocyjne. Następnie przeczytaj dalszą część poradnika – może spodoba Ci się któryś z opisanych niżej pomysłów.



WBO '19



SPOSÓB 2.

Znajdź najbardziej wpływowych!

Zlokalizuj podmioty i osoby, których wpływ na mieszkańców jest największy. Jeżeli ich przekonasz do swojego projektu, uzyskasz zwielokrotniony efekt. Od kogo zacząć?

JEŻELI CHCESZ ZREALIZOWAĆ PROJEKT OSIEDLOWY:

- Odwiedź Radę Osiedla. Porozmawiaj o swoim projekcie. Jeżeli rada pręźnie działa, to może być Twoim najlepszym sojusznikiem. Jeżeli nie, to – cóż – zostań radnym osiedlowym w kolejnej kadencji.
- Sprawdź, czy na Twoim osiedlu funkcjonuje jakieś stowarzyszenie lub grupa nieformalna działająca na rzecz lokalnej społeczności. Może jest Centrum Aktywności Lokalnej? Jeśli tak, to znajdziesz tam ludzi, którzy mają już doświadczenie, kontakty, stronę na FB. Przekonaj ich do swojego pomysłu.
- Odwiedź szkoły i przedszkola. Nie ograniczaj się do wizyty u dyrektora. Spotkaj się też z przewodniczącym lub przewodniczącą rady rodziców. Możliwość opowiedzenia o swojej inicjatywie podczas wrześniowych zebrań rodziców, zorganizowania punktu konsultacyjnego podczas festynu szkolnego lub przedszkolnego czy choćby tylko pozostawienia ulotek, to doskonała okazja dotarcia do wielu mieszkańców jednocześnie.
- Spotkaj się z księdzem. Głos z ambony niesie daleko; dociera nawet do tych, którzy nie chodzą do kościoła.
- Pomyśl o miejscach, gdzie przewija się wiele osób. Tomasz Myszkowski wspomina swoje doświadczenia: – Dla sukcesu naszego projektu ogromne znaczenie miało zarażenie optymizmem pani fryzjerki, która rozmawia z olbrzymią ilością osób siedzących u niej na fotelu. Pan w warzywniaku był superważny i pani z piekarni też.

- Znajdź lokalnego celebrytę. Na wielu naszych osiedlach mieszka ktoś znany: aktor, dziennikarz, artysta, sportowiec. Poproś, by został twarzą projektu. Może zechce publicznie poprzeć Twój projekt na plakacie, w krótkim filmiku czy pojawiając się na lokalnym festynie.

JEŻELI MYŚLISZ O PROJEKCIE PONADOSIEDLOWYM:

- Zainteresuj nim media: prasę, radio, telewizję. Często szukają one ciekawych, a nieoczywistych tematów. Dotrzyj do dziennikarzy piszących lub prowadzących programy o tematyce związanej z Twoim projektem. Przygotuj dla nich krótką informację o tym, co i dlaczego chciałbyś zrobić w ramach projektu, z którym wystartujesz w WBO.

- Poszukaj osób przekonanych do Twojej idei i rozpoznawalnych w swoich małych społecznościach: 100 rowerzystów z różnych części miasta, 50 fanów sztuki ulicznej, 30 miłośników fotografii dawnego Wrocławia. Spotkaj się z nimi, porozmawiaj, zrób z nich ambasadorów Twojego projektu.



SPOSÓB 3.

Ulotki i plakaty

To sprawdzony i niezawodny sposób dotarcia do głosujących. Problemem może się jednak okazać zarówno wykonanie ulotek i plakatów, jak i kolportaż. Zatem po kolei.

PROJEKT I WYKONANIE

Obecnie nawet laik może zaprojektować wystarczająco dobry plakat lub ulotkę. Nie będzie to być może dzieło sztuki, ale spełni swoje zadanie.

” Godne polecenia są darmowe narzędzia do obróbki grafiki, które uruchomisz w przeglądarce, np. Photopea, Canva lub Piktochart.

- LESZEK WIĘCKOWSKI

! Ulotki można wrzucać do skrzynek, zostawić w miejscach często odwiedzanych przez mieszkańców, wręczać w czasie rozmów. Przekonaj mieszkańców, żeby włożyli plakat za szybę swojego samochodu lub przypięli do swojego roweru.

Zanim zawieszisz plakat na budynku, ogrodzeniu, przystanku, tablicy ogłoszeń czy szybie wystawowej, poproś o zgodę właściciela lub zarządcę.

Jeżeli więc nie znalazłeś nikogo, kto zrobi to profesjonalnie lub choćby półprofesjonalnie, spróbuj sam.

- Godne polecenia są darmowe narzędzia do obróbki grafiki, które uruchomisz w przeglądarce – mówi Leszek Więckowski z ARAW – takie jak Photopea, Canva lub Piktochart. Przeciętny użytkownik komputera powinien szybko opanować ich podstawowe funkcje. Dopełnieniem tych programów są banki zdjęć i innych elementów graficznych, które możemy wykorzystać na ulotkach, plakatach lub prezentacjach, np. Freepik albo Flickr.

Warto czytać licencje. Znajdziemy w nich informacje o tym, w jakim zakresie możemy wykorzystywać lub przerabiać pobrane pliki oraz czy i w jaki sposób musimy informować o źródle ich pochodzenia lub autorze.

Jakie błędy najczęściej popełniają amatorzy, tworząc swoje pierwsze projekty graficzne?

- Generalnie zapominają o zasadzie: mniej znaczy więcej – kontynuuje Leszek Więckowski. – Przeładowują ulotkę lub plakat nadmiarem treści i grafiki. A czasami odwrotnie, zapominają o tym, co musi się znaleźć: o numerze projektu, jego skróconej nazwie albo lokalizacji. Ze spraw technicznych warto przypomnieć, że grafikę warto pobierać zawsze w maksymalnej dostępnej rozdzielczości – w przeciwnym razie może źle wyglądać w powiększeniu, a jeżeli mamy wybór między grafiką rastrową a wektorową, wybierzmy tę ostatnią.

Więcej informacji w prezentacji na stronie:

www.wroclaw.pl/aplikacje-do-grafik

Dla wszystkich, którzy nie mają czasu na uczenie się nowych umiejętności, a chcieliby stworzyć ulotkę i plakat, Wydział Partycypacji Społecznej przygotował generator dostępny w zakładce “Materiały promocyjne” każdego z projektów. W kilku prostych krokach można za jego pomocą przygotować wydruk promujący projekt.



KOLPORTAŻ

- Na Szczepinie, gdzie większość osób mieszka w blokach spółdzielczych, dzięki uprzejmości spółdzielni, którą udało się przekonać do naszych inicjatyw, ulotki dostarczają do skrzynek pocztowych panie sprzątające – mówi Joanna Klima.
- Tam, gdzie przeważa zabudowa jednorodzinna, ulotki roznosić mogą dzieci i młodzież – podpowiada Aleksandra Sieradzka-Stasiak. Warto przekonać do tego rady rodziców, samorządy uczniowskie i dyrekcje lokalnych szkół. To doskonała okazja, by przekonać najmłodszych, że też mają wpływ na to, co dzieje się na ich osiedlu i w ich mieście. Dopilnujmy jednak, by roznoszenie ulotek było dobrowolne i odbywało się bez nacisków ze strony nauczycieli.

Plakaty promujące Twój projekt powinny być tam, gdzie może je zobaczyć jak najwięcej mieszkańców. Nigdy jednak nie naruszaj przepisów prawa, ani dobrych obyczajów. Zanim zawieszisz plakat na budynku, ogrodzeniu, przystanku, tablicy ogłoszeń czy szybie wystawowej, poproś o zgodę właściciela albo zarządcę nieruchomości lub terenu. Część plakatów – raczej tych w mniejszym formacie – warto przygotować w wersji sztywniejszej i zalaminowanej. Można je będzie rozdać mieszkańcom, którzy są gotowi włożyć taki plakat za szybę swojego samochodu lub przypiąć do roweru. W przypadku plakatów dla rowerzystów pamiętaj o zrobieniu dziurek i dołączeniu kilku trytytek lub gumek recepturek, aby można go było łatwo zawiesić.

SPOSÓB 4.

Media społecznościowe

Media społecznościowe od dawna są ważnym narzędziem promocji. Są ogólnodostępne i dają możliwość dotarcia do naprawdę dużej liczby potencjalnych głosujących na Twój projekt. W tym roku mogą okazać się jeszcze ważniejsze. Ponieważ głos ma każdy wrocławianin niezależnie od wieku, można się spodziewać, że udział w głosowaniu weźmie wielu nastolatków, dla których Facebook czy Instagram są czymś tak codziennym, jak dla ich dziadków radio i telewizja.

Karolina Wojtowicz z Wydziału Komunikacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia podpowiada kilka zasad dobrego prowadzenia profilu w mediach społecznościowych.

Po pierwsze zachowaj spójność wizualną i merytoryczną. Zadbaj o to, by prezentowane grafiki oraz kolorystyka współgrały dobrze z tematyką projektu. Jeżeli profil jest profilem osiedla, zadbaj o jednolity system identyfikacji wizualnej wszystkich Twoich projektów i informacji. Ułatwisz w ten sposób mieszkańcom odnajdywanie i zapamiętywanie kolejnych informacji związanych z Waszym osiedlem, grupą nieformalną czy organizacją.

Po drugie zbuduj w wirtualnym świecie społeczność, której zależy na projekcie. Zadbaj o to, by możliwie wielu polubiło Twój profil, dołączyło do grupy lub fanpage'a i aktywnie na nich działało.

Po trzecie sam bądź aktywny. Udzielaj się w dyskusjach na swoich profilu, a także na tych o podobnej tematyce, odpowiadaj na wiadomości i komentarze w ciągu maksymalnie kilku godzin. Współpracuj z innymi profilami o podobnej tematyce, połączcie siły i promujcie się nawzajem.

Po czwarte zadbaj o aktualność Twoich wiadomości oraz o publikowanie gorących i ważnych tematów.

Po piąte przeglądaj oraz analizuj statystyki Twojego profilu, by lepiej trafić do grupy docelowej.

Zobaczysz na przykład, w jakich godzinach są czytane Twoje posty, a to podpowie Ci, kiedy najlepiej je zamieszczać. Więcej informacji w prezentacji:

www.wroclaw.pl/5-zasad-sm



● BĄDŹ SPRYTNY – TWÓRZ KOALICJE

- Minęły już czasy, gdy można było wygrać w WBO ze stosunkowo niewielką liczbą głosów – mówi Robert Gacek, aktywista miejski, wiceprezes Stowarzyszenia “Akcja Miasto”. – Dziś konkurencja jest bardzo mocna. W tej sytuacji kluczowa jest umiejętność budowania koalicji.
- Tak właśnie zrobiliśmy na Maślicach – potwierdza Joanna Hartman-Łesiuk. – Zdecydowaliśmy między sobą, który projekt z Maślic będziemy promować w tym roku, a który w następnym.

! *Unikaj rozproszenia głosów. Twórz na osiedlu koalicje na rzecz jednego projektu. Jeżeli jesteś liderem projektu osiedlowego, pomyśl, który z projektów ponadosiedlowych chciałbyś poprzeć.*

Jeżeli przewodzisz projektowi ponadosiedlowemu, poszukaj inicjatyw osiedlowych godnych wsparcia. Dogadajcie się i promujcie wzajemnie.

Aby uniknąć rozproszenia głosów na osiedlu, warto spotkać się w gronie lokalnych liderów, np. na forum Rady Osiedla, podyskutować, przyjąć jakiś kompromis i zgłosić do WBO jeden projekt, albo przynajmniej na jednym skupić się na etapie promocji. Dobrze też do takiej dyskusji zaprosić mieszkańców, zorganizować otwarte spotkanie, sondaż albo “prawybory” i w ten sposób wysłuchać także ich głosu. Mniejsze osiedla stoją przed jeszcze jednym wyzwaniem

- koniecznością starcia z liczniejszymi konkurentami.

- Doświadczenie dowodzi – mówi Tomasz Myszek-Wolski na przykładzie Tarnogaju – że nieduże, lecz dobrze zorganizowane i zmobilizowane osiedle może przegłosować o wiele większego sąsiada.

Zawsze jednak warto się zastanowić, czy i w takim wypadku nie da się zawiązać sojuszu. Być może osiedlowy projekt z jednego osiedla, dzięki dogodnej lokalizacji, posłuży w praktyce mieszkańcom drugiego, trzeciego. Lokalni liderzy mogą w takim wypadku porozumieć się i poprzeć razem jedną inicjatywę.

Wiadomo też, że mieszkańcy chcą maksymalnie wykorzystać swój głos i zagłosować w obu kategoriach projektów: osiedlowych i ponadosiedlowych. Projekty osiedlowe i ponadosiedlowe nie rywalizują między sobą, mogą natomiast skutecznie wspierać się nawzajem. Jeżeli więc liderujesz osiedlowej inicjatywie, zobacz, który z projektów ponadosiedlowych jest Ci bliski. Może łączy je ta sama

WBO '19



idea, a różni tylko skala działania? Może są pozornie z różnych bajek, ale razem uzyskacie efekt synergii? Zaproponuj jego liderowi wspólne popieranie się na etapie promocji.

Jeżeli przewodzisz projektowi ponadosiedlowemu, poszukaj partnerów na osiedlach. Porozmawiaj z tymi, których inicjatywy w jakiś sposób dopełnią Twój projekt albo z tymi, których chcesz poprzeć, bo ich cenisz, ufasz im lub po prostu “przekonali Cię” swoim pomysłem. Na plakatach i ulotkach promujących Wasze projekty zamieśćcie informację, które projekty z drugiej kategorii popieracie. Zobaczycie sami, jak często będziecie proszeni o odpowiedź w tej sprawie przez tych, którzy Wam zaufali.



● WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD

KIEDY ZACZAĆ?

W zasadzie od samego początku.

Żeby wygrać w WBO, trzeba po pierwsze napisać wniosek – żartuje Robert Gacek – i należy to zrobić mądrze.

Już na etapie pisania wniosku do WBO zadbaj o to, by tekst był napisany lekko, zrozumiale i przejrzyste. Napisz go tak, by poszczególne fragmenty można było wykorzystać w materiałach promocyjnych i informacyjnych o projekcie np. jako notatkę dla mediów, na portale społecznościowe, jako teksty do ulotek i na plakaty lub jako treść maila etc. Pisz o korzyściach dla osiedla lub miasta i jego mieszkańców. W końcu nie myślisz tylko o placu zabaw czy parku. Oferujesz znacznie więcej – wspólny czas z rodziną, nowe przyjaźnie, relaks i wypoczynek, bezpieczeństwo. Przygotuj wizualizację swojego projektu, by wszyscy wiedzieli o czym mówisz.

ZBIERZ ZESPÓŁ

Czas od złożenia wniosku do jego oceny wykorzystaj na tworzenie zespołu ludzi, z którymi będziesz współpracował. Jeżeli masz zespół, pomyśl, czy kogoś nie brakuje. Może przydałby się grafik, ktoś z lekkim piórem, osoba znająca prawie wszystkich na osiedlu, ktoś, kto wie, jak rozmawiać z młodzieżą, ktoś znający dziennikarzy w mieście, prezesa spółdzielni, lokalny przedsiębiorca etc.

NIE DAJ SIĘ ZASKOCZYĆ GŁOSOWANIU!

Na miesiąc przed rozpoczęciem głosowania bądźcie w blokach startowych. Powinniście mieć plan promocji, a każdy z Was powinien wiedzieć, jakie jest jego zadanie: kto przygotuje plakaty i ulotki, kto zadba o ich dystrybucję, kto zajmie się kontaktem z mediami, kto zadba o promocję w mediach społecznościowych, kto zorganizuje spotkania z mieszkańcami, kto będzie dyżurował w miejscach głosowania.

- W dniu rozpoczęcia głosowania cały Szczepin musi już wiedzieć o naszym projekcie - mówi Joanna Klima. - U nas po pierwszym tygodniu głosowania wyłapujemy już pojedyncze osoby, które jeszcze nie zagłosowały. Staramy się być wszędzie. W soboty dyżurujemy przed sklepami, rozdajemy ulotki i rozmawiamy z mieszkańcami. W niedzielę od rana do wieczora jesteśmy pod kościołem.

GDZIE ZABIEGAĆ O GŁOSY?

We wrześniu odbywają się zebrania rodziców w szkołach i przedszkolach. Organizowane są też zebrania rodziców dzieci komunijnych. Jeśli poważnie myślisz o wygraniu głosowania, nie może Cię wówczas zabraknąć pod szkołą, przedszkolem lub kościołem.

Koniec lata i wczesna jesień to także czas festynów osiedlowych. Pokaż się tam. Na Twoim osiedlu festyn odbywa się w innym terminie? Porozmawiaj z organizatorami. Przekonaj ich, że w kolejnych latach warto zaplanować imprezę, uwzględniając kalendarz WBO. Na Twoim osiedlu nie ma w ogóle żadnego festynu? Zorganizuj go! Naturalnie tuż przed rozpoczęciem głosowania w WBO lub w jego trakcie.

” W dniu rozpoczęcia głosowania wszyscy muszą już wiedzieć o Twoim projekcie.

- **Joanna Klima**

! Na miesiąc przed rozpoczęciem głosowania bądźcie w blokach startowych.

Wykorzystaj wszystkie okazje do spotkań z mieszkańcami, np. wrześniowe zebrania rodziców w szkołach, festyny osiedlowe itp.



• DAJ MIESZKAŃCOM SZANSE ODDANIA GŁOSU

! W tym roku głosy papierowe będzie można oddawać tylko w wybranych Centrach Obsługi Mieszkańca. Dla mieszkańców, którzy głosowali dotąd w tej formie, utwórz więc miejsca, gdzie będą mogli zagłosować elektronicznie

Jak już wiesz, w tym roku głosy papierowe będzie można oddawać tylko w kilku punktach. Dla wielu osób, które nie korzystają z Internetu i aby zagłosować, musiałyby specjalnie pojechać do innej części miasta, będzie to znaczna niedogodność. Jeżeli więc liczysz na ich głosy, musisz dać im szansę zagłosowania elektronicznie. Batalia rozstrzygnie się bowiem w Internecie.

Można to zrobić na wiele sposobów. Zorganizuj dyżury w znanych mieszkańcom i często odwiedzanych miejscach: w Centrum Aktywności Lokalnej, w siedzibie Rady Osiedla lub lokalnego stowarzyszenia, w klubie seniora, w salce parafialnej, bibliotece. Utwórz mobilne punkty głosowania podczas festynu osiedlowego, w szkole lub pod szkołą w dniu zebrań rodziców, w parku w niedzielne popołudnie. W okresie głosowania poruszaj się zawsze z notebookiem lub tabletem (smartfon nie jest wygodnym urządzeniem dla wielu seniorów) - jeśli kogoś spotkasz i namówisz do głosowania, daj mu możliwość skorzystania z Twojego sprzętu.

Pamiętaj, że podczas głosowania przez Internet głos trzeba będzie zweryfikować telefonicznie (SMS). Zapraszając więc mieszkańców do zorganizowanych przez Ciebie punktów głosowania, uprzedź ich o tym tak, aby mieli przy sobie telefon.



WBO
'19



• CO PO GŁOSOWANIU?

Jeżeli zwyciężyłeś i Twój projekt będzie realizowany, pamiętaj, że to jeszcze nie koniec. Na etapie realizacji konieczne mogą okazać się zmiany w projekcie, których nie dało się wcześniej przewidzieć. Mieszkańcy powinni się o nich dowiedzieć od Ciebie. Regularnie sprawdzaj, czy prace posuwają się zgodnie z harmonogramem i czy wykonywane są odpowiednio starannie. W razie zastrzeżeń interweniuj w jednostce realizującej inwestycję. Nie możesz pozwolić, by mieszkańcy, którzy Ci zaufali, poczuli się zawiedzeni.

Jeżeli natomiast mimo ciężkiej pracy i zaangażowania całego zespołu nie udało Ci się zdobyć wystarczającej liczby głosów, przeczytaj koniecznie kolejną część.



● W WBO NIKT NIE PRZEGRYWA

Większość doświadczonych liderów pamięta swoje pierwsze próby. Zazwyczaj nie były one uwieńczone powodzeniem. Mimo to nie wspominają ich z goryczą. Zostało po nich coś, co okazało się zaczątkiem przyszłych sukcesów.

Po pierwsze – grupa mieszkańców, którzy poznali się i poczuli przyjemność ze wspólnego działania. Z takiej grupy narodził się “Przyjazny Tarnogaj”, Stowarzyszenie Serce Szczepina i wiele innych lokalnych organizacji i grup nieformalnych. W dodatku każda z takich grup oprócz aktywnych członków, ma też swoich sympatyków.



Po drugie – wiedza, umiejętności, doświadczenia i odwaga. Dzięki nim łatwiej jest w kolejnym podejściu. Nie tylko w WBO. A gdy napisanie wniosku nie jest już straszne, można przecież pokusić się o udział w innych konkursach grantowych, jak np. Mikrogranty, Fundusz Czasu Wolnego, Dolnośląski Fundusz Małych Inicjatyw, Dolnośląskie Małe Granty.

Po trzecie – idea, która puszczona w obieg, kiełkuje w umysłach mieszkańców miasta. Przykładem jest pomysł łąk kwietnych. Choć kiedyś przegrał w WBO, dziś realizowany jest przez miasto.

– Nazwałem to 3 razy I – mówi Robert Gacek – infrastruktura, integracja, idea. Infrastruktura jest najbardziej namacalnym efektem WBO. W dłuższej perspektywie jeszcze ważniejsza jest integracja mieszkańców. Najważniejsza jednak jest idea, w którą wierzysz i którą zarażasz innych.



**Wrocławski
Budżet
Obywatelski**

www.wroclaw.pl/wbo

WROCLAW 2019