



**Magiczny
Kraków**

Trwa kampania - SAM URZĄDZAJ SWOJE MIASTO

2018-05-28

Od 24 maja br. trwa kampania edukacyjno-informacyjna „SAM URZĄDZAJ SWOJE MIASTO” skierowana do mieszkańców miast, realizowana wspólnie przez samorządy lokalne zrzeszone w Związku Miast Polskich. Inicjatorzy akcji zachęcają mieszkańców do uczestniczenia w zarządzaniu swoimi miastami i kształtowania najbliższego otoczenia.

W inicjatywę włączyło się ponad 70 miast ze Związku Miast Polskich. Do większego angażowania się w życie małych ojczyzn zachęcają zarówno metropolie, mniejsze miejscowości, a także gminy. Poza Krakowem w kampanii biorą udział m.in.: Poznań, Rzeszów, Opole, Częstochowa, Tychy, Bielsko-Biała, Rybnik, Ełk, Kartuzy, Kołobrzeg, Sandomierz czy Białski. Pełną listę miast można znaleźć na stronie www.miasta.pl.

Co wynika z badań?

Badania pokazują, że zaledwie jedna trzecia Polaków jest zainteresowana życiem publicznym, natomiast 20-25% w ogóle się nim nie interesuje. Według analizy CBOS bezpośredni kontakt z urzędnikiem w jakiejś sprawie dotyczącej społeczności lokalnej (poza załatwieniem własnych spraw w urzędzie) w ciągu roku ma zaledwie 8% Polaków. Jedną z głównych przyczyn niskiej partycypacji społecznej jest brak przekonania o możliwości wpływania na rzeczywistość.

„Często deklarujemy, że doceniamy samorząd. Według CBOS, w 2017 roku, 73 procent mieszkańców pozytywnie oceniło działania samorządów lokalnych. Uważamy równocześnie, że nasz wpływ na sprawy lokalne jest większy niż na sprawy kraju. Jednak postawa większości z nas jest spójna ze stwierdzeniem demokracja fajna sprawa, bylebym nie musiał nic robić” – komentuje Joanna Nowaczyk, koordynator kampanii w Związku Miast Polskich.

Nieprzypadkowo projekt zainicjowano w maju, który jest tradycyjnie miesiącem samorządu terytorialnego. Na 27 maja przypada bowiem rocznica upamiętniająca pierwsze wybory samorządowe z 1990 roku.

Działania edukacyjne

W ramach kampanii przygotowano spot filmowy, plakaty, infografiki, a także stronę internetową, która jest dostępna pod adresem www.miasta.pl

Komunikacja obejmuje:

- internet,
- lokalne nośniki reklamowe miast biorących udział w projekcie (citylighty, miejskie przestrzenie plakatowe i nośniki elektroniczne),
- media społecznościowe.

Będą jej towarzyszyły działania public relations skierowane do mediów o zasięgu ogólnopolskim i lokalnym.