

**KAŻDA DUŻA  
ZMIANA  
ZACZYNA SIĘ  
OD MAŁEGO KROKU**



**INNaczej**  
Inkubator  
Innowacji  
Społecznych

Wydawca: Fundacja Inicjowania Rozwoju UP Foundation

Strona www: [innaczej.pl](http://innaczej.pl)

Kontakt: [kontakt@innaczej.pl](mailto:kontakt@innaczej.pl)

ISBN: 978-83-66659-08-7

Wydanie pierwsze.

e-book sfinansowany ze środków Miasta Gdańsk

Autorki: Agnieszka Płoska, Natalia Siuda-Piotrowska, Alicja Żarkiewicz

Ekspertki i eksperci: Agata Ciesielska, Jarosław Łojewski, Łukasz Murawski, Agnieszka Płoska, Natalia Siuda-Piotrowska, Magdalena Skiba, Michał Zorena

Innowatorki: Agata Biernacik, Agata Gregorkiewicz, Michalina Jasińska, Magdalena Muszel, Martyna Nagórska, Kalina Nowogórska, Agata Potrykus-Jodel, Dominika Steciak, Alicja Żarkiewicz

Korekta: Karolina Brzuchalska, Twarda Oprawa

Projekt okładki, grafiki: Konrad Ponieważ

Gdańsk 2022



# Ścieżka Innowatora i Innowatorki - krok po kroku

## SPIS TREŚCI

Kilka słów na dobry początek

Dlaczego powstał ten e-book?

Działaj INNaczej - zmieniaj Gdańsk. Program Innowacji Społecznych  
INNaczej

Zrozumieć innowację

Podstawowe definicje

Po co światu innowacje społeczne?

Odczarowujemy innowacje społeczne. Czym innowacje nie są lub  
nie muszą wcale być?

Zaprojektować innowację - krok po kroku

Od czego zacząć?

Potrzeby i inspiracje

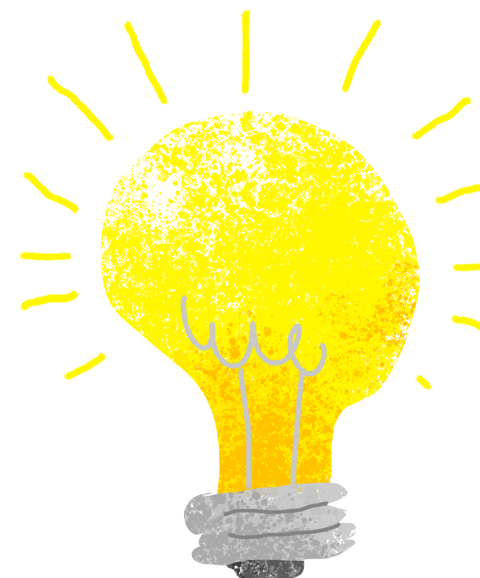
Pomysły

Prototypowanie

Wdrożenie

Skalowanie

Wywołanie zmiany systemowej



Trendy i przyszłość

Gdańskie Innowacje Społeczne

Niezwykły Pies Benio, Dominika Steciak

Pakuję do Swojego, Alicja Żarkiewicz

Kolory, Agata Potrykus-Jodel

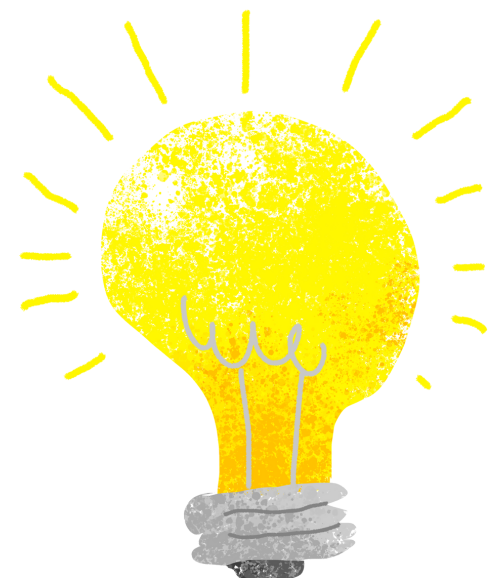
W kręgu NARODZIN, Kalina Nowogórska

emiGRACJE, Agata Gregorkiewicz

Włóczkowe więzi, Martyna Nagórska

PLONY, Michalina Jasińska i Agata Biernacik

Dziękujemy!



# Kilka słów na dobry początek

Od 2017 roku wspólnie się uczymy i rozwijamy wsparcie w programie Gdańskich Innowacji Społecznych INNaczej. Co roku eksperymentujemy, zmieniamy i testujemy. A wszystko po to, by jak najlepiej dopasować się do potrzeb innowatorek i innowatorów, by praca nad innowacjami przynosiła jak najlepsze rezultaty i efekty oraz by wpływała na zmianę jakości życia w naszym mieście. Przy każdej kolejnej odsłonie Programu proces wspierania innowacji się zmienia i ewoluuje. W edycji 2021/2022 jest to blisko rok działań, a wspólna praca nad innowacjami zaowocuje dobrze przygotowanymi i przemyślanymi inicjatywami, które wspólnie zrealizujemy i wdrożymy.

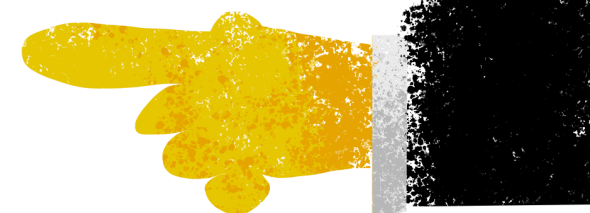
Każda kolejna edycja to także ogromna odpowiedzialność dla nas, pomysłodawczyń i pomysłodawców, współorganizatorek i współorganizatorów, za to, by nie zmarnować zapału, zaangażowania i motywacji innowatorek i innowatorów społecznych gotowych realizować swoje pomysły.

Program ewoluuje, ale niezmiennie pozostają wartości, które sprawiły, że powstał Program INNaczej. To ogromna motywacja do wprowadzania zmian – zarówno tych małych, ledwo dostrzegalnych, jak i tych większych, wpływających na lokalne społeczności i działania.

Programu nie byłoby, gdyby nie innowatorzy i innowatorki, każdego roku licznie zgłaszający się i chętni do testowania swoich rozwiązań w Gdańsku. Dlatego też cieszymy się, że powstała pierwsza gdańska publikacja, mająca na celu przybliżenie świata innowacji wszystkim czytelnikom i czytelniczkom oraz pokazanie trochę od kulis procesu, przez który warto przejść, by dokonać zmiany społecznej.

Jednocześnie na tym etapie warto zwrócić uwagę na trzy aspekty:

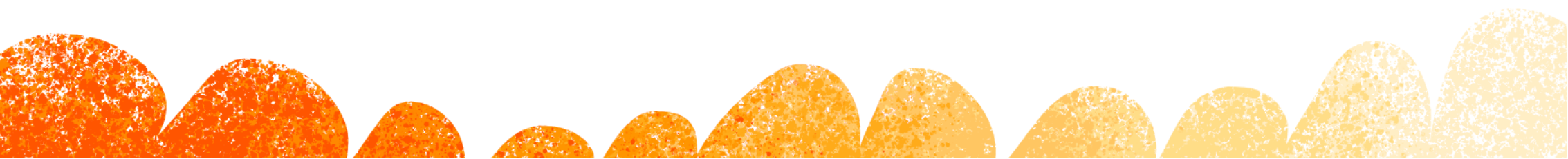
- Po pierwsze po co zajmujemy się innowacjami społecznymi?
- Po drugie, jaki będzie efekt tego, co robimy?
- Po trzecie, co się stanie, jak przestaniemy to robić?



Sprowadzamy się te rozważania do skalowania, czyli tego, co się zadzieje z inicjatywą, kiedy „ja, pomysłodawca” innowacji, już skończę albo kiedy domknę pewien etap procesu i przeprowadzę test czy pilotaż, a także tego, co się zadzieje potem? Z innowacjami społecznymi jest tak, że mają doprowadzić do zmiany świata (i wcale nie jest to górnolotne stwierdzenie) i każda z wielkich innowacji społecznych, które dzisiaj są już działaniem mainstreamowym zaczynała się od tego, że kiedyś komuś się chciało i ktoś kiedyś bardzo mocno próbował dany kawałek rzeczywistości zmienić.

Motywacją Miasta Gdańsk do zajęcia się tematyką innowacji społecznych jest próba poszukiwania nowatorskich rozwiązań na pojawiające się wyzwania społeczne. Na poziomie dyskusji międzynarodowej zostały one opisane przez Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP: United Nations Development Programme) w formie Celów Zrównoważonego Rozwoju. Unia Europejska opracowała szereg wyzwań miejskich w formie 12 obszarów tematycznych składających się na Agendę Miejską (URBAN AGENDA).

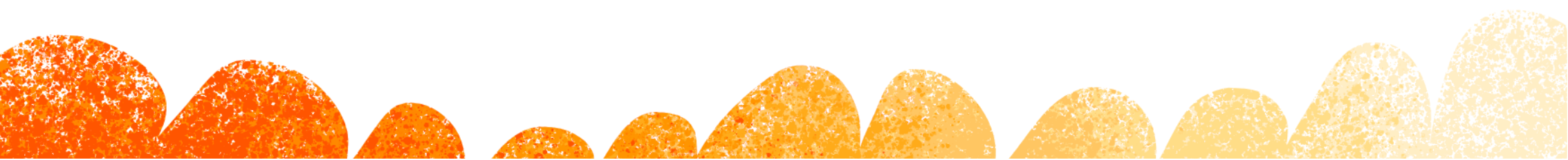
Wspólną cechą wszystkich tych wyzwań jest ich złożoność, wieloaspektowość (*wicked problems*) i brak jednego rozwiązania. Żaden sektor, czy to publiczny, czy prywatny, czy społeczny, czy akademicki nie jest w stanie sam w pojedynkę stawić im czoła.



Tu z pomocą przychodzą teorie quadruple i quintuple helix, czyli metod angażujących wszystkie podmioty zainteresowanym danym problemem, mające różną wiedzę i zasoby, aby móc poszukiwać wspólne rozwiązania. Centralną rolę w tych procesach, w myśl kolejnej teorii brokera innowacji społecznych, pełni samorząd, który będąc wewnątrz różnych relacji staje się facylitatorem – łącznikiem pomiędzy przedstawicielami różnych branż i sektorów.

Próba praktycznego wykorzystania tych teorii jest właśnie Program INNaczej, który w celu wsparcia osób poszukujących innowacyjnych odpowiedzi na wyzwania społeczne stawia sobie cel łączenia potencjałów drzemiących w sektorze społecznym, biznesowym, naukowym i publicznym, stając się elementem ekosystemu wspierania innowacji społecznych.

Decyzja o rozwijaniu ekosystemu innowacji społecznych w Gdańsku jest rezultatem trzyletniej pracy w ramach projektu *BoostINNO Boosting Social Innovation* – partnerstwa dziesięciu miast: Bragi, Barcelony, Paryża, Strasburga, Mediolanu, Turynu, Baia Mare, Wrocławia i regionu Skane pod przewodnictwem Miasta Gdańska – realizowanego w ramach programu Komisji Europejskiej URBACT III.

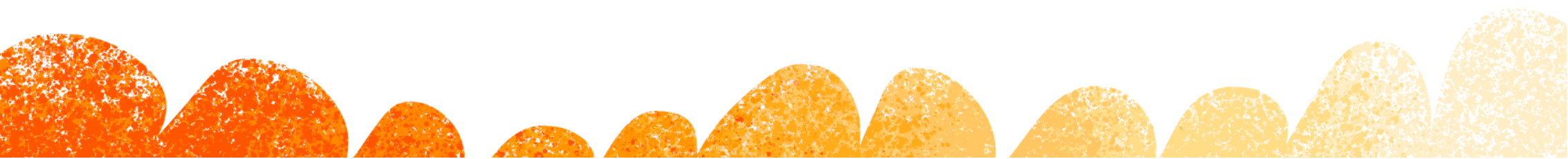


Drogi Innowatorze, Droga Innowatorko – możecie dziś zadać sobie pytanie o to, jaki macie pomysł na działanie, co chcecie osiągnąć? Nie ma idealnych rozwiązań ani odpowiedzi i, jak już wiecie, każdy problem, wymagający rozwiązania, jest złożony. Warto działać – zrobić ten pierwszy krok ku zmianie i testować, zmieniać, wdrażać.

A my w INNaczej zawsze chętnie dopingujemy, motywujemy i pomagamy.

Powodzenia!

Magdalena Skiba i Michał Zorena,  
Wydział Rozwoju Społecznego  
Urząd Miejski w Gdańsku





# Dlaczego powstał ten e-book?

Dla nas, autorek tej publikacji, innowacje społeczne to nie tylko hasło, ale też odzwierciedlenie naszej misji. To przejaw naszej codziennej uważności na potrzeby społeczne pojawiające się w Gdańsku, umiejętność dostrzegania potencjału rozwiązań i praca z niezwykłymi ludźmi. Chciałyśmy przygotować materiał, który byłby drogowskazem i inspiracją dla wszystkich osób, które chcą przejść ścieżkę tworzenia innowacji. Materiały, które tu zebrałyśmy, mają na celu wsparcie tych osób i podmiotów, które są zaangażowane w innowacje społeczne, czyli:

- decydentów, mogących pomóc w tworzeniu odpowiednich warunków,
- organizacji społecznych starających się skuteczniej zaspokajać potrzeby pojawiające się w codziennym działaniu,
- firm i instytucji, które chcą zainwestować w innowacyjne rozwiązania,
- a także społeczniczek i społeczników oraz innowatorek i innowatorów, którzy chcą zmieniać świat.

Mamy świadomość, że samo pojęcie innowacji może czasami odstraszać, przytłaczać czy blokować. Znane z innych dziedzin takich jak medycyna, nauka, technologia, ma trochę inne znaczenie w świecie społecznym. Większość ludzi, którzy próbują wprowadzać innowacje, jest motywowanych swoją chęcią zmiany świata. Często nie nazywają siebie wcale innowatorkami i innowatorami społecznymi. Dlatego też napisałyśmy tego e-booka. Chciałyśmy odczarować i oswoić Ciebie, Innowatorko, i Ciebie, Innowatorze, z tymi pojęciami, pokazać wspaniałe przykłady i zainspirować do działania. Chciałyśmy pokazać, **że każda zmiana zaczyna się od pierwszego kroku**, że często wystarczy niewiele, by wprowadzić realną i skuteczną poprawę jakości życia w naszym otoczeniu.

Dodatkowo zapytałyśmy ekspertki i ekspertów, którzy od lat wspierają proces INNaczej, o ich opinie na tematy, które poruszamy na łamach niniejszej publikacji.

Co więc znajdziesz w tej publikacji?

- definicje podstawowych pojęć,
- proces pracy nad innowacjami,
- przykłady zrealizowanych projektów wraz z wypowiedziami ich twórców i twórczyń,
- wypowiedzi ekspertów i ekspertek.

Oddajemy w Twoje ręce publikację, która, mamy nadzieję, zainspiruje Cię do podjęcia działania i szukania nowatorskich rozwiązań!

Owocnej lektury i pięknych innowacji społecznych  
Agnieszka, Alicja i Natalia



**DZIAŁAM**  
**INNACZEJ**

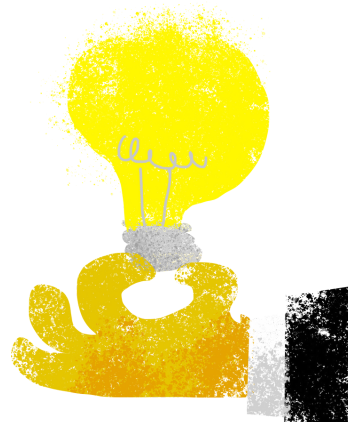


# Działaj INNaczej – zmieniaj Gdańsk

## Program Innowacji Społecznych INNaczej

W czasie, w którym powstaje ten e-book, trwa już piąta edycja Inkubatora Innowacji Społecznych INNaczej. Ponieważ sam Program jest również innowacją, każda edycja była inna! Od spotkań, zwanych mikserami, z ekspertami i ekspertkami po maraton kreowania innowacji społecznych. Wciąż szukamy nowych rozwiązań, by jak najlepiej wspierać osoby, które poszukują pozytywnej zmiany wokół siebie, w przestrzeni społecznej, w życiu codziennym.

**Nadrzędnym celem Programu jest poprawa jakości życia mieszkańców i mieszkańek Gdańska, poprzez wspieranie innowacyjnych przedsięwzięć, dotyczących polityki społecznej.** Dlatego INNaczej koncentruje się na edukowaniu i wzmacnianiu kompetencji innowatorów i innowatorek społecznych poprzez naukę w działaniu. Ponadto finansuje przygotowanie prototypów i testów wdrażania inicjatyw, które w efekcie mają pomóc rozwiązać rzeczywiste wyzwania społeczne, dotychczas niepodjęte lub podejmowane do tej pory w inny, często niewystarczający sposób.



Program Innowacji Społecznych INNaczej ma dwie główne części: **inkubacyjną i grantową**.

1. **Inkubator Innowacji Społecznych**, to przestrzeń nauki, zdobywania doświadczeń i pracy nad zgłoszonym pomysłem. Dzięki wsparciu grona ekspertów i ekspertek podczas szkoleń, warsztatów i spotkań, jest to kompleksowe przygotowanie do drugiej części Programu. Jednak już sam udział w Inkubatorze daje możliwość wypracowania rzetelnego modelu innowacji społecznej. Jest to duża wartość, ponieważ można go dalej rozwijać także poza Programem INNaczej.
2. **Fundusz Innowacji Społecznych**, w którym najlepsze rozwiązania mają szansę na zdobycie nawet 10 tysięcy złotych (obecny maksymalny poziom finansowania innowacji) na wdrożenie i przetestowanie swojego pomysłu. Poza wsparciem finansowym innowatorki i innowatorzy otrzymują także mentoring i facylitację procesu.

Jest to wyjątkowy i otwarty Program. Mogą do niego aplikować **osoby indywidualne i grupy nieformalne**, które chcą się uczyć, rozwijać i uczestniczyć w procesie pracy nad swoim pomysłem lub też czują potrzebę zmiany, widzą wyzwanie społeczne, ale jeszcze nie do końca wiedzą, jak to rozwiązać, A także dla **osób, które chcą być częścią grupy zaangażowanych, świadomych mieszkańców i mieszkańek**, którzy działają na rzecz swoich społeczności i całego Gdańska.

Zapytałyśmy Innowatorki z INNaczej, o to, co dał im udział w Programie.



## Co dał ci udział w programie INNaczej?

*Dzięki spotkaniom i warsztatom, mogłam całkowicie zmienić pierwszy pomysł,  
a następnie go dopracować.*

Alicja Żarkiewicz, „Pakuję do Swojego”

*Ubrał mój pomysł w realność. Pokazał, że faktycznie można ruszyć. Pomógł zamienić  
wizję na konkret. Dał mi wiarę w to, że faktycznie mój pomysł ma sens. Gdyby mi  
mentorzy tego nie powiedzieli, nie odważyłabym się ruszyć sama z siebie!*

Martyna Nagórska, „Włóczkowe Więzi”

*Dzięki INNaczej mogłam po raz pierwszy zorganizować swój projekt przed jego  
rozpoczęciem i odpowiednio dopasować go do uczestniczek tak, aby przyniósł im jak  
najwięcej korzyści, a mi satysfakcji.*

Agata Gregorkiewicz, „emiGRACJE”

## Co dał ci udział w programie INNaczej?

*Mimo że w pierwotnej wersji mój projekt nie wyszedł, to zadziało się wiele dobrego m.in. nawiązałam kontakty z licznymi grupami, organizacjami i osobami zajmującymi się zwierzętami. Stworzyłam sieć kontaktów, która się wspiera do dziś. Właśnie za takie "małe", "dodatkowe" działania również doceniam program INNaczej.*

Magdalena Muszel, „Okno dla Zwierząt/Trójmiejska Sieć dla Zwierząt”

*Dał mi wiedzę na temat procesu powstawania usług czy produktów. Pokazał, ile osób musi być zaangażowanych w ten proces. Dał mi poczucie sprawczości i mobilizacji. Stworzyła się fajna sieć kontaktów i zawsze wiem, że mogę do kogoś napisać o pomoc. To jest bardzo wspierające.*

Agata Potrykus-Jodel, "Kolory"

## Co dał ci udział w programie INNaczej?

*Wsparcie przede wszystkim – osób prowadzących i organizatorów, a także wiele przemyśleń, pomysłów i inspiracji oraz nowe spojrzenie na usługi społeczne. Czuję wielką wdzięczność za ten projekt i zawsze będę go polecać dalej. Może kiedyś znowu wezmę udział z nowym pomysłem?*

*Kalina Nowogórska, "W kręgu Narodzin"*

*Ogromnym plusem programu było merytoryczne wsparcie w zakresie szkoleń z projektowania usług, crowdfundingu czy pitchingu. Praca nad pomysłem wraz z innymi uczestnikami programu pozwalała na dzielenie się wiedzą, wymianę myśli i doskonalenie swojego pomysłu pod okiem ekspertów.*

*Dominika Steciak, „Niezwykły Pies Benio”*

*Przede wszystkim udział w INNaczej dał nam ogrom bardzo wartościowej wiedzy merytorycznej – wsparcie i prowadzenie za rękę na wielu etapach, ale także znajomości i ludzi, którzy się pojawili wokół nas dzięki programowi. Udział w INNaczej dał nam też pierwszy grant, który sprawił, że uwierzyliśmy w nasz projekt.*

*Michalina Jasińska, Agata Biernacik „PLONY”*

# Zrozumieć innowacje

## Podstawowe definicje

### Co to jest innowacja (społeczna)

Zgodnie ze słownikową definicją **innowacja**\* (z łac. *innovatio* - odnowienie) to ciąg działań, prowadzących do wytworzenia nowych lub ulepszonych produktów, procesów technologicznych, systemów organizacyjnych. Termin ten wprowadził J. A. Schumpeter, wskazując tym samym pięć przypadków występowania innowacji:

1. Stworzenie nowego produktu lub usługi;
2. Zastosowanie nowej technologii, metody produkcji;
3. Stworzenie nowego rynku zbytu;
4. Pozyskanie nieznanych dotąd surowców;
5. Reorganizację określonej gałęzi gospodarki.

Rozróżnienie ze względu na skalę zmian

- **Wielkie (przełomowe)** – powstają w wyniku długotrwałych prac badawczo-rozwojowych. Dotyczą zmian strategicznych, mogą wpłynąć na cały sektor gospodarki czy społeczeństwa. Często są to innowacje zainicjowane przez zespół naukowców, w wyniku pracy których powstaje nowatorskie rozwiązanie.
- **Średnie (przyrostowe)** – dotyczą reorganizacji przedsiębiorstwa czy organizacji spowodowanej przez unowocześnienie produktu lub technologii. Zwykle za takimi innowacjami stoją zdiagnozowane potrzeby rynku i rozwoju
- **Drobne (przyrostowe)** – ulepszenie produktu, technologii lub procesów, które wpływa na bieżącą działalność przedsiębiorstwa lub też na funkcjonowanie danego społeczeństwa.

\*Encyklopedia Zarządzania: [https://mfiles.pl/pl/index.php/Innowacja#cite\\_note-1](https://mfiles.pl/pl/index.php/Innowacja#cite_note-1)



Przytoczona definicja niewiele mówi o innowacji społecznej. W tradycyjnym rozumieniu innowacja kojarzy się z nowoczesnymi technologiami, działaniami kreowanymi przez rynek zbytu czy pracami zespołów naukowych. Trudno odnaleźć w tych definicjach drobne społeczne działania, które pomagają zmieniać codzienność lub budować relacje w konkretnych grupach społecznych.

## Czym jest więc innowacja z przymiotnikiem "społeczna"?

**Innowacje społeczne** – nowe działania społeczne, mające na celu polepszenie jakości życia osób, narodów, społeczności. Owa nowość może wynikać zarówno z wprowadzania unikalnych rozwiązań, ale także z faktu wdrożenia już znanego rozwiązania, występującego w nowym kontekście społecznym.

Z punktu widzenia teorii innowacji przy powstawaniu nowatorskich rozwiązań bardzo ważna jest **kreatywność**, czyli syntezywanie i wykorzystywanie do tworzenia nowych myśli wiedzy z różnych dziedzin. Innowacja służy natomiast przekładaniu tych myśli na praktyczny język.

Michał Zorena: *Innowacje społeczne to zmiana swego rodzaju **status quo** w różnego rodzaju relacjach, czy to naszych codziennych, personalnych, czy instytucjonalnych, które **mają służyć poprawie jakości życia**. To może brzmieć górnolotnie, ale często są to małe codzienne czynności, które wykonujemy, i dzięki którym możemy się czuć lepiej.*

**KOMENTARZ**

Historia pokazuje, że bardzo często teoretycznie małe, proste rozwiązania mogą przynieść zmiany systemowe. Dzisiaj kwestie oczywiste, jak np. prawa wyborcze kobiet, jeszcze sto lat temu były innowacją społeczną. Takie innowacje są **innowacjami pionierskimi**, wywołanymi rosnącą potrzebą stworzenia zupełnie nowego systemu.

W momencie, gdy zaczęto upowszechniać, skalować tę innowację – stała się ona **innowacją adaptacyjną**, czyli zapożyczoną przez instytucje i osoby, które ją wdrożyły na swoim terenie.

Możemy rozróżnić jeszcze tzw. **retro-innowacje**, które często stoją w kontrze do innowacji technologicznych, z którymi w powszechnym dyskursie głównie kojarzą się nowatorskie rozwiązania.

Michał Zorena: *Retro-innowacja oznacza cofnięcie się do stanu sprzed technologii np. cofnięcie się do stanu sprzed ery plastiku. Nasi rodzice i dziadkowie funkcjonowali w świecie, który dla nich był zupełnie naturalny, a dzisiaj ówczesnie stosowane codzienne rozwiązania stają innowacją społeczną, która pomoże nam żyć w bardziej zrównoważonym świecie. Warto tu przytoczyć przykład mleczarza, czyli osoby, która codziennie dostarczała pod drzwi domów świeże mleko w szklanej butelce. To, co było niezbędne, to wystawienie pustej butelki przed drzwi, którą mleczarz zabierał rano, a w zamian zostawiał świeże mleko. Proste rozwiązanie. Dzisiaj, żyjąc w świecie, który zachłysnął się jednorazowością – tym, że można wyrzucić opakowanie po użyciu, nie trzeba zaprzętać sobie głowy wystawianiem pustej butelki, aby następnego dnia mieć świeże mleko. Przyzwyczailiśmy się do wygody, a jednak po jakimś czasie przychodzi do nas refleksja, że to nie jest dobre ani dla nas, ani dla planety, że ta wygoda jest złudna (no bo co później zrobić z tą górą śmieci?), a wcześniejszy system był prosty. Wystarczyło wymieniać dekielek, czyścić butelki i napełniać je ponownie, wielokrotnie używając tych samych szklanych opakowań. Tego typu rozwiązania i mechanizmy, gdybyśmy je wdrożyli w życie, też są innowacjami, bo zmieniają nasze nawyki i relacje.*

**KOMENTARZ**

Ważnym aspektem innowacji społecznych jest ich **wielowymiarowość**. Bardzo często wdrażane rozwiązanie jest jedynie wierzchołkiem góry lodowej. Świetnym przykładem takiej innowacji społecznej realizowanej w programie INNaczej jest projekt PLONY, czyli ogród społeczny, który założyły Michalina Jasińska i Agata Biernacik na terenie postoczniowym. Przez cały sezon letni można było tam "adoptować" grządkę, czyli sadzić i pielęgnować własne rośliny. Dodatkowo innowatorki organizowały spotkania animacyjne, spotkania edukacyjne z rolnikiem, który opowiadał, jak należy dbać o własny ogród, a także zajęcia jogi. Przez kilka miesięcy zintegrowały społeczność i zmieniły obraz kawałka industrialnej przestrzeni postoczniowej w miejsce pełne życia, aktywności i działania. Aby zrealizować swój plan, twórczynie innowacji przekonały prywatnych inwestorów – Stocznię Cesarską do udostępnienia przestrzeni i zainwestowania w ich pomysł, firmę Barlinek do sfinansowania wyposażenia miejsca, Gdański Fundusz Sąsiedzki do udzielenia grantu na zajęcia aktywizacyjne w ogrodzie miejskim i program INNaczej do zainicjowania ogrodu. Sam projekt ogrodu miejskiego innowatorki stworzyły w ramach pracy na Akademii Sztuk Pięknych. Ogród realizuje wiele celów społecznych, a w zasadzie sam w sobie jest dość prostym pomysłem, realizowanym już wcześniej w wielu miejscach w Europie. Jednakże połączenie go z edukacyjną ofertą aktywności integrujących społeczność, współpracą wielu podmiotów i umiejscowieniem na terenie postoczniowym właśnie, dało wzorcową innowację społeczną.



## Świat potrzebuje osób, które zmieniają go na lepsze - innowatorki innowatorzy społeczni

Za pomysłem na innowację społeczną, za tą pierwszą (i najważniejszą) iskrą zmiany zawsze stoją **ludzie**. Są to osoby, które dostrzegają, że coś nie działa lub działa niewystarczająco. Ze coś można ulepszyć i sprawić, by sprawniej i szybciej poszło do przodu.

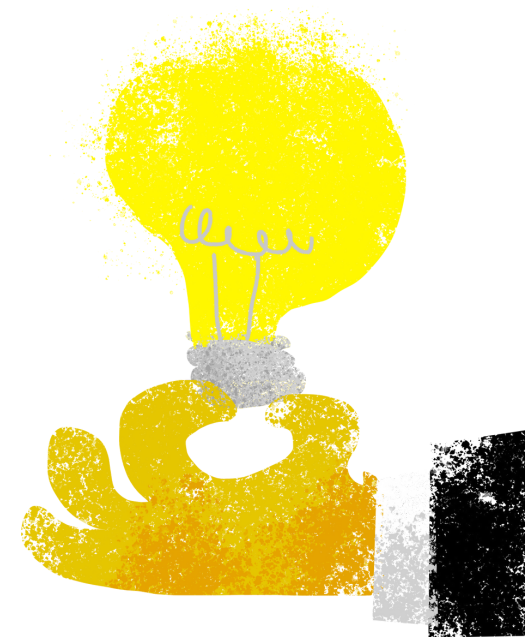
To takie osoby zmieniają nasz świat, wdrażając idee, które wydają się niemożliwe. Najczęściej potrzebę zmiany wywołują określone okoliczności wynikające z niezgody na daną sytuację. Zwykle innowatorkami i innowatorami kieruje **IMPULS** do zmiany, czyli uświadomiona potrzeba działania w danym obszarze i duża **MOTYWACJA** do pracy bez względu na ewentualne wyzwania i przeszkody. Nie mniej ważny od motywacji jest też **POMYSŁ** na innowację społeczną.

**INNOWATOR/KA SPOŁECZNA =  
MOTYWACJA DO ZMIANY + NOWATORSKI POMYSŁ**



## **12 cech przydatnych innowatorowi/innowatorce społecznej:**

1. zainteresowanie pracą, gotowość do podjęcia dodatkowych zobowiązań związanych z procesem przygotowania i wdrożenia innowacji społecznej,
2. posiadana wiedza w dziedzinie związanej z innowacją (np. wiedza na temat własnej dzielnicy, świadomość potrzeb grupy, do której kieruje się innowacją)
3. gotowość do dzielenia się swoim pomysłem z innymi osobami,
4. wiara w siebie i swoje możliwości (także wiara w swój pomysł),
5. otwartość na modyfikację pomysłu, na opinie innych osób,
6. gotowość do podjęcia ryzyka (związanego z wdrażaniem nowatorskiego pomysłu),
7. wytrwałość i determinacja (do wprowadzania zmiany zwykle potrzeba czasu),
8. świadomość możliwości, posiadanych zasobów (nieporywanie się "z motyką na słońce")
9. niezależność sądów i opinii, czyli umiejętność bronięcia swojego pomysłu, czasem nawet walki z osobami, które nie wierzą w innowację społeczną, również podążanie za własną wiedzą, intuicją zgodną z pomysłem i potrzebą społeczną,
10. umiejętność planowania i komunikowania swoich działań,
11. odwaga do wdrażania swoich pomysłów w życie.
12. świadomość i gotowość na niepowodzenie pomysłu.



## Po co światu innowacje społeczne?

Innowacje społeczne „poprawiają”, „ulepszają”, „definiują na nowo”, „aktualizują” naszą rzeczywistość. Przyczyniają się do ewolucji wielu dziedzin życia bardzo różnych grup społecznych.

Dzięki małym, często niepozornym działaniom, które z czasem rozwijają się niczym pędząca kula śnieżna, możemy ulepszać nasz świat, również w lokalnym miejskim wymiarze. Innowatorki i innowatorzy to często wizjonerzy, którzy przyczyniają się do poprawy sytuacji wielu grup społecznych i poprawy jakości życia tych osób. Często zaczynając np. od swojego podwórka na osiedlu, wspólnoty mieszkańców, czy grupy dla mam z małymi dziećmi.

Innowatorki i innowatorzy społeczni zwracają uwagę na ważne wyzwania i problemy społeczne. Często to osoby, które poprzez własne doświadczenie dostrzegają, że coś nie funkcjonuje tak, jak trzeba, że czegoś brakuje i powoduje trudności. Tak zadziało się np. w przypadku innowacji „Niezwykły Pies Benio”, w której innowatorka społeczna, Dominika Steciak, mama chłopca chorego na cukrzycę, spostrzegła, że nie ma żadnych narzędzi, które wspierają rodziców i ich dzieci w momencie, gdy dowiadują się o chorobie. Pod względem medycznym wiedziała, że jej dziecko jest dobrze zaopiekowane, umiała również pod tym względem, po odpowiednim wcześniejszym przeszkoleniu, wspierać swego syna – odmierzać i dawkować leki, posiłki, mierzyć poziom cukru w organizmie. Jej dziecko jednak nie do końca potrafiło poradzić sobie ze sferą emocji, psychiki, wejścia w nowe życie ze zmianą, która stała się codziennością. Ona zaś nie miała narzędzi, aby pomóc mu się z tym uporać. Wpadła więc na pomysł napisania książki dla dzieci, którą wydała w formie pięknie ilustrowanej opowieści dla dzieci – „Niezwykły Pies Benio” w ramach Programu INNaczej.

W opowieści Dominiki na kolejnych stronach książki możemy przeczytać o tym, że piesek Benio dowiaduje się, że jest chory na cukrzycę, jak sobie z tym radzi, jak opowiada swoim psim kolegom i koleżankom, co to jest za choroba, jak on teraz będzie funkcjonował i co to oznacza. To jest niezwykle ważne, że opowieścią-bajką można przygotować dziecko do zmiany, a jego rodzicom i bliskim dać narzędzie, które pomoże im w tej trudnej sytuacji. Ta innowacja to łatwy przystępny przekaz kierowany do konkretnej grupy docelowej – w tym przypadku chorych dzieci i ich rodziców, dla których książka stała się użytecznym narzędziem w nauce codziennego życia z cukrzycą.

Potrzeby tak dokładnie sprecyzowanej grupy odbiorczej są często niezauważane (lub dostrzegane zbyt późno) przez duże instytucje: samorządy, czy szpitale. Dzięki determinacji i wysokiej motywacji osób, które dotyka dany problem, udaje się poprzez proste, niosące poprawę jakości życia działania, szybciej i skuteczniej zmienić różne fragmenty naszego świata.

Innowacje społeczne to często także zupełnie nowe rozwiązania, wdrażane na miejsce tych, które z różnych przyczyn przestały już wystarczać. Przyczyną tego mogą być na przykład przestarzałe, mniej wydajne czy np. niedbające o ochronę środowiska metody. Tu przykładem może być innowacja społeczna „Pakuję do swojego” Alicji Żarkiewicz, realizowana w ramach programu INNaczej.



Innowatorka, Alicja Żarkiewicz, mówi: *Stworzyłam projekt „Pakuję do Swojego”, który zachęca do zastąpienia jednorazowych opakowań takimi, których można używać wielokrotnie. Pozwala to na zmniejszenie ilości plastiku używanego podczas zakupów. Początkowo projekt zakładał szycie i rozdawanie woreczków na zakupy, jednak szybko okazało się, że różnorodność wielorazowych rozwiązań nie jest powszechnie znana. Przygotowałam „Zestaw inspiracyjny”, w którym pokazuję, że można wybrać coś odpowiedniego dla siebie – wielorazowe opakowania na żywność, kubki, butelki czy owijki (do owijania np, kanapek do szkoły). One wszystkie świetnie zastępują jednorazowe plastikowe reklamówki, folie i inne opakowania. Poprzez pokazanie różnych rozwiązań i to, że wielorazowe alternatywy są ładne, użyteczne, wygodne ale także bezpieczne dla zdrowia, a w efekcie końcowym też tańsze, przełamuję opór niewiedzy. Projekt zwraca uwagę na kwestie środowiskowe, ale także na negatywny wpływ plastiku na nasze zdrowie. Dlatego poza prowadzeniem warsztatów, na których można stworzyć wielorazowe opakowania na żywność, projekt rozszerzony został o prowadzenie wykładów i webinarów na temat ekologii i zdrowego trybu życia.*

Ten projekt doskonale pokazuje, jak można zastąpić jedno rozwiązanie (jednorazowe opakowania, wyrzucanie niepotrzebnych rzeczy) innym – wielorazowymi recyklingowymi woreczkami. Jednocześnie kampania dodatkowo wzbudziła dyskusję na temat możliwości ponownego wykorzystania przedmiotów i nieprodukowania niepotrzebnych śmieci. I tu można zauważyć kolejne aspekty przydatności innowacji społecznych – **zwracania uwagi na ważne wyzwania współczesności oraz poszukiwania inspiracji do ich rozwiązywania.** Projekt „Pakuję do Swojego” zwracał uwagę na bardzo istotny problem dbania o środowisko i poprzez realizowane działania, zaczął uruchamiać w głowach uczestniczących w nim osób kolejne pomysły i inspiracje, co jeszcze i w jaki sposób można zmienić. Już nie tylko zastępować plastikowe woreczki takimi uszytymi z firanek, ale też np. chodzić do kawiarni z własnym wielorazowym kubkiem. **Projekt przyczynił się do budowy nawyku,** zmiany stylu życia jednocześnie spójnego z trendami ogólnoswiatowymi, co jest bardzo ważną cechą innowacji społecznych.



Zmotywował także do współpracy z osobami starszymi. Okazało się, że seniorki i seniorzy posiadają trzy spójne z projektem „Pakuję do Swojego” aspekty: duże zapasy starych firanek, na które przez lata nie było pomysłu, umiejętność szycia na maszynie i co najważniejsze – naturalną potrzebę zachowywania różnych przedmiotów przez długi czas (w tym różnych opakowań właśnie), „bo jeszcze mogą się przydać”. Ta wielopokoleniowość stanowiła dodatkową wartość projektu i dzisiaj, przy kolejnych warsztatach (w kolejnych edycjach projektu „Pakuję do Swojego”), również bardzo często opiera się on właśnie na współpracy z osobami starszymi, dodatkowo integrując je w środowisku lokalnym np. Domu Sąsiedzkim na Siedlcach, gdzie między innymi odbywają się obecnie warsztaty „Pakuję do Swojego”.

Innowacje społeczne mogą również **angażować społeczność** wokół pomysłu. Aktywizacja to ważny aspekt tego typu działań. Innowatorzy i innowatorki włączają różne osoby, instytucje do wspólnego działania poszerzając możliwości oddziaływania innowacji społecznej.

Przykładem takiej innowacji może być projekt Agaty Gregorkiewicz, która w dobie pandemii zrealizowała projekt „emiGRACJE”. Jest to innowacja społeczna, która powstała, aby przeciwdziałać wykluczeniu kobiet-imigrantek przybyłych do Gdańska, a także samych gdańszczanek, które zdecydowały się powrócić do Gdańska po pobycie za granicą. Pomysł z założenia miał służyć integracji, budowaniu społeczności wsparcia, jak również kreatywnego podejścia do zmiany, jaką niesie ze sobą przeprowadzka. Cel ten był realizowany poprzez serię spotkań związanych z pracą z ciałem. Naturalnym jego aspektem była integracja uczestniczek. Trudnością, która mogła zaważyć na realizacji inicjatywy, była pandemia. Dzięki wytrwałości innowatorki, jej elastyczności i determinacji w szukaniu rozwiązań na pojawiające się wyzwania udało się zrealizować zajęcia w innej, jeszcze ciekawszej formule. Przydatne okazały się tu współprace z Zarządem Dróg i Zieleni, dzięki któremu zrealizowane zostały zajęcia w Parku Oliwskim, z Oddziałem Etnografii Muzeum Narodowego, który zapewnił innowatorce niezbędne zaplecze do realizacji warsztatów na świeżym powietrzu, czy współpraca z Centrum Wspierania Imigrantek i Imigrantów oraz Sopotkim Centrum Integracji i Wsparcia Cudzoziemców, które pomogły w dotarciu do grupy docelowej.

## Odczarowujemy innowacje społeczne. Czym innowacje nie są lub nie muszą wcale być

Innowacje społeczne to **możliwość i pewien wybór**. Ich założeniem nie jest rozwiązywanie wszystkich wyzwań i problemów społecznych. Są **jedną z wielu możliwych opcji podjęcia działań społecznych**. Możliwością związaną z **nowatorstwem, kreatywnością i dużą motywacją do podjęcia zmiany**. Te pozornie proste założenia są jednak bardzo ambitne. Podjęcie się tworzenia innowacji niesie ze sobą pewną zgodę i tolerancję na zmiany pierwotnych założeń pomysłu, jak również możliwość niezrealizowania zaplanowanego pomysłu. Istnieje więc pewne ryzyko związane z kreowaniem nowych rozwiązań i wchodzenia często w nieznane dotąd obszary. Trzeba być gotowym na jego podjęcie.

Z obserwacji przy realizacji projektów w ramach programu INNaczej oraz innych innowacji wynika fakt, że do ich wdrażania niezbędny jest odpowiedni czas na przygotowanie pomysłu, zbadanie grupy docelowej, budowę zespołu, grupy wsparcia, zaangażowania społeczności, czy też znalezienie finansowania. Ważne jest więc odpowiednie przygotowanie siebie i projektu innowacji przed rozpoczęciem jego testowania.

Agata Gregorkiewicz „emiGRACJE”: *Research, który robiłam przed rozpoczęciem realizacji, był bardzo ważny. Z jednej strony pomógł mi wejść do grupy, z którą chciałam pracować, z drugiej poznać organizacje, które na co dzień pracują z imigrantkami. Dzięki temu nie miałam później problemów np. z zebraniem grupy. Dotarłam dzięki temu do ludzi, których naprawdę dotyczył mój projekt. Dzięki „emiGRACJOM” zrozumiałam, że bardzo duża część pracy odbywa się przed realizacją projektu, co przyniosło olbrzymi efekt.*

**KOMENTARZ**

Ważne jest odpowiednie przygotowanie innowacji, zbadanie możliwości realizacji, zweryfikowanie potencjalnych trudności. To pomaga uniknąć wielu niepowodzeń. Jednakże trzeba się liczyć z tym, że nie wszystko wyjdzie i nie wszystkie aspekty, zwłaszcza, gdy wcześniej nie podejmowało się podobnych działań, da się przewidzieć.

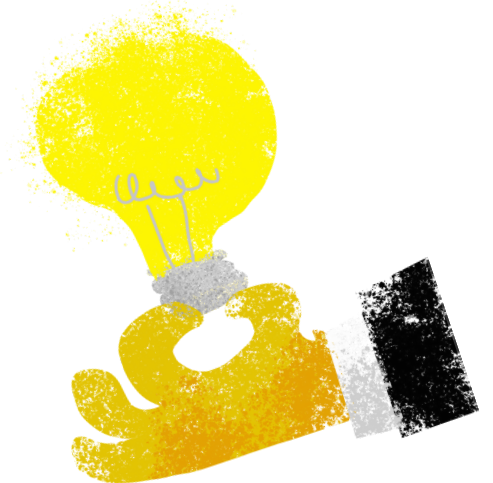
Innowacje społeczne kojarzą się z technologiami, rozwojem, nowoczesnością. Wcale jednak nie muszą takie być. Ważne jest nieoczywiste podejście do tematu, czasem powrót do czegoś, co już było, czy przeniesienie rozwiązania stosowanego w innym sektorze gospodarki, czy w innej grupie społecznej. Innowacją społeczną może być idea wdrożona w życie, nowy produkt, usługa, czy działanie.



# Zaprojektować innowację - krok po kroku

Gdy już rozumiesz, czym są innowacje społeczne, czas przejść przez tę fascynującą drogę ku trwałej zmianie społecznej. Każdy innowator i innowatorka społeczna przechodzą ze swoim pomysłem przez wiele faz. Literatura podaje różne modele, kanwy i podejścia. Jednym z najpopularniejszych jest „Sześćofazowy proces innowacji społecznych” autorstwa Robina Murraya i Julie Caulier-Grice (2010), który obejmuje następujące fazy:

1. **Potrzeby i inspiracje** (*prompts*) – to faza, w której najważniejsze jest zrozumienie potrzeby innowacji społecznej. Bodźcem do zmiany mogą być między innymi problemy społeczne. Potrzeby i inspiracje są jak iskra, która rozpoczyna cały proces. Niezbędne jest dobre zrozumienie źródeł wyzwania i trafna diagnoza.
2. **Generowanie pomysłów** (*proposals*) – jeśli znamy wyzwania, to czas na szukanie rozwiązań z przeróżnych źródeł (rozwiązania mogą być generowane przez społeczność, pracowników organizacji, pasjonatów, itd. każdy może stać się innowatorem lub innowatorką społeczną)
3. **Prototypowanie** (*prototypes*) – faza, która polega na sprawdzeniu innowacji w praktyce, czyli na jej testowaniu i weryfikacji, czy rozwiązanie rzeczywiście odpowiada na wcześniej zidentyfikowaną potrzebę. Mówimy zatem o pilotażowym wdrożeniu innowacji, poszukiwaniu innowacji zwrotnych i uwzględnianiu ewentualnych usprawnień, czy poprawek.



# Zaprojektować innowację - krok po kroku

4. **Wdrożenie i utrzymanie innowacji** (*sustaining*) – faza tłumaczona także jako „podtrzymywanie innowacji” – oznacza popularyzację i wdrożenie innowacji, która została wcześniej przetestowana. Na tym etapie pojawia się potrzeba określenia odpowiedniego modelu biznesowego i znalezienie stałego źródła finansowania.
5. **Skalowanie** (*scaling*) – faza, w której dzieje się ekspansja i jeszcze szersza promocja danego rozwiązania. Na tym etapie dana innowacja społeczna może być wdrażana w nowym miejscu lub dla nowej grupy docelowej, tak, by osiągnąć efekt skali.
6. **Wywołanie zmiany systemowej** (*systemic change*) – faza, w której innowacja przestaje być innowacją, a staje się „normalnym” rozwiązaniem, znanym i stosowanym przez wszystkich. To etap, w którym innowacja przyjmuje się w społeczności na dobre. A to właśnie trwała zmiana społeczna jest ostatecznym celem każdej innowacji społecznej.

W dalszej części niniejszej publikacji omówimy kolejne fazy innowacji społecznych i pokażemy towarzyszące wyzwania. Podpowiemy także, na co zwrócić uwagę i jak najlepiej pracować.



A yellow spiral graphic that starts from the center and winds outwards in a clockwise direction. The spiral is composed of many small, overlapping yellow dots or pixels, giving it a textured appearance. The spiral is centered on the page and occupies most of the visual space. The text labels are placed at various points along the spiral's path.

**POMYSŁY**

**PROTOTYPOWANIE**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

**ZMIANA  
SYSTEMOWA**

**WDROŻENIE**

**SKALOWANIE**

# Od czego zacząć?

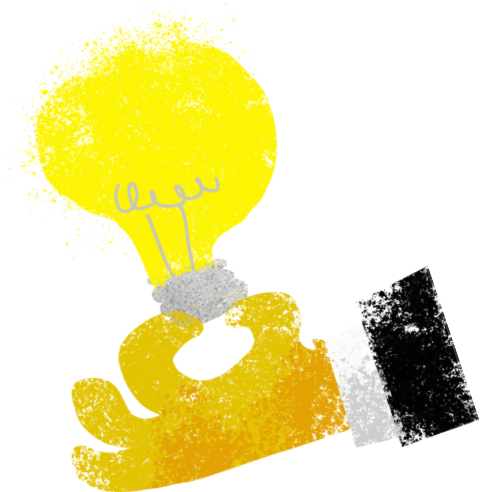
Każda podróż zaczyna się od pierwszego kroku, dokładnie tak samo jest z każdą zmianą. Za każdym razem pojawia się ten pierwszy impuls, potrzeba, motywacja, by zająć się tematem, by zmienić coś dookoła siebie, by mieć wpływ na rzeczywistość. Jeżeli jesteś w tym miejscu, to zanim przejdziesz do działania i wprowadzania pomysłów w życie, zatrzymaj się i zadaj sobie kilka bardzo ważnych pytań.

Nie bez powodu mówi się, że jeśli chcemy zmiany, to zacznijmy od siebie, czyli „bądź zmianą, którą pragniesz ujrzeć w świecie” (Mahatma Gandhi, oryginalnie: *Be the change you want to see in the world.*)

Takie działania to maraton, a nie sprint. Będąc na etapie pierwszego kroku, odpowiedz więc sobie na pytania:

- Dlaczego chcesz działać?
- Co cię motywuje?

Najlepiej zapisz sobie odpowiedzi na kartkach i trzymaj w widocznym miejscu. To będzie dla Ciebie cenne przypomnienie, gdy tylko pojawi się kryzys lub przestój (a możemy Ci obiecać, że się pojawi!).



## Motywacje innowatorek:

*Głównym powodem była pandemia. To, że widziałam moich sąsiadów pozamykanych. Motorem do działania stał się pierwszy wór, który dostałam od koleżanki. Stwierdziłam, że muszę coś z tym zrobić, nie jestem w stanie przerobić tych materiałów. Dostałam ogromne ilości materiałów pasmanteryjnych, tkanin, węteń, zameczków, guziczków... Dziergam, szyję – lubię to, ale to było zdecydowanie za dużo do przerobienia i to był ten mój główny motor, dla którego zaczęłam się zastanawiać, co z tym zrobić. Otworzyło mi to oczy i głowę na fakt, jak wiele takich rzeczy ludzie mają w szafach i one po prostu leżą zupełnie nieużywane – połączenie jednego z drugim, z jednej strony sąsiedzi siedzący, z drugiej strony ten wór i siedzenie w domu w pandemii spowodowało, że człowiek zaczynał kombinować, myśleć, że coś trzeba z tą sytuacją zrobić – i tak poszło.*

Martyna Nagórska, Baba z Wrzeszcza

*Projekt był po części wynikiem moich własnych doświadczeń. Jestem zawodową tancerką z doświadczeniem migracyjnym. Za granicą, w Kanadzie, dość mocno odczułam, jak to jest, gdy jest się nową, gdy nie ma się znajomych i jest się samą w nowym miejscu, jak trudno się odnaleźć. Wróciłam do Polski po 7 latach nieobecności i tu również doświadczyłam, jak trudno z powrotem wejść do grupy, do społeczności. W Polsce jest teraz sporo osób z bardzo różnych krajów, z różnych kultur, często też bez znajomości języka. Widziałam więc, jakie jest wyzwanie. Jako że na co dzień pracuję z ruchem, wykorzystując w mojej pracy ciało, to pojawił mi się pomysł wykorzystania tańca do budowania relacji. Mowa ciała i ruchu jest uniwersalna, pomyślałam, że warto i że chcę wykorzystać moje doświadczenie i umiejętności, aby pomóc osobom, które bardzo dobrze rozumiałam. I wtedy trafiłam na program INNaczej.*

Agata Gregorkiewicz, emiGRACJE



*Jako doula pracuję od 6 lat. Rozpoznałam dużo potrzeb, jakie mają kobiety w okresie okołoporodowym. Działałam już wcześniej, pozyskiwałam fundusze na różne moje projekty, także innowacyjne. W Programie INNaczej zaproponowałam jeden z fragmentów zmiany, jaką chciałabym widzieć w społeczeństwie, no bo to też nie jest cały obszar moich działań i pomysłów, natomiast jeden z nich. Postanowiłam więc to przetestować, czy ten pomysł rzeczywiście się sprawdzi, czy taki projekt ma szansę na dalszą realizację.*

Kalina Nowogórska, W kręgu Narodzin.

*Pomysł na książkę terapeutyczną pojawił się już wcześniej, przed rozpoczęciem rekrutacji do programu, powstał też zarys historii i treści książki. Barięą okazała się kwestia finansowa, gdyż samodzielne wydanie książki wiąże się ze znacznymi kosztami. Dodatkowo, wartościowa wydała mi się oferta konsultacji i warsztatów proponowana w ramach programu INNaczej. Formuła konkursu zaś pozwalała w mojej ocenie na rzetelną, obiektywną weryfikację pomysłu i „zderzenie” go z perspektywą osób niezaangażowanych wcześniej w cukrzycowe tematy. Na pewno też miałam dużą motywację osobistą – jako doświadczony rodzic dziecka z cukrzycą typu 1, zdiagnozowaną, kiedy moje dziecko miało 2 lata, chciałam podzielić się swoim doświadczeniem z osobami w podobnej sytuacji.*

Dominika Steciak, Niezwykły Pies Benio.

*Naszą motywacją do wzięcia udziału w INNaczej było to, że chcieliśmy zbudować ten ogród! Od jakiegoś czasu szkicowaliśmy wizję i gdy tylko pojawił się program, okazało się, że jest dokładnie tym, czego potrzebujemy w tym momencie – opracowaniem strategii, koniecznością przemyślenia, w jakim modelu miałyby działać. Uznałyśmy, że ten program jest idealnie skrojony na tamte nasze potrzeby, czyli skonkretyzowanie ram ogrodu. Był taki moment, kiedy myślałyśmy, że nasz pomysł zostanie na papierze, ale ostatecznie program dał nam takiego kopa, że nie dało się tego zostawić i dostałyśmy kolejnej motywacji do zrealizowania kolejnych kroków.*

Agata Biernacik, Michalina Jasińska, PLONY

*Brałam udział w drugiej edycji. Na początku zakwalifikowałam się tylko do wsparcia mentorskiego, bez dofinansowania, ponieważ – czego nie będę ukrywać – na początku mój pomysł nie był do końca przemyślany. Wiedziałam, że chcę „coś robić”. Coś związanego z ekologią. I że bardzo tego chcę. Dzięki cyklowi spotkań, warsztatów, mogłam całkowicie zmienić, a następnie dopracować swój pomysł, dzięki czemu dostałam finansowanie na projekt.*

Alicja Żarkiewicz, Pakuję do swojego

*To „bardzo chciałam” było dla nas kluczowe. Wysoka motywacja do zmiany, do działania zdecydowały o tym, że zaufaliśmy intuicji i przyjęliśmy innowatorkę Alicję do programu. To było w postawie, z której wynikało, że ta dziewczyna ma szansę zmienić świat. I nie myliliśmy się :)*

Natalia Siuda-Piotrowska, koordynatorka INNaczej



**KOMENTARZ**

Jak podkreśla Michał Zorena: *Wewnętrzny imperatyw do zmiany, czyli silna potrzeba wynikająca z tego, kim jestem, jaki/jaka jestem, co mi doskwiera, co chcę zmienić i dążenie do tego, aby to wdrożyć. Przykład Alicji to przykład innowatorki, która nie do końca wiedziała, „jak”, ale wiedziała, „że chce coś zmienić”. Wiedziała, jaki problem chce rozwiązać i miała silną potrzebę zmiany świata, która doprowadziła ją do realnej możliwości przeprowadzenia projektu. Tak naprawdę, moim zdaniem, jakiego wsparcia byśmy nie oferowali i jakich możliwości nie dawali, zmiana społeczna nie zadzieje się bez silnej wewnętrznej potrzeby zmiany w innowatorach i innowatorkach.*

**DZIAŁAJ**

**DZIAŁAJ**

**DZIAŁAJ**

Z wypowiedzi naszych innowatorek wynikają główne rodzaje motywacji. Może to także będzie Twój motor do pracy?

1. **Wewnętrzna potrzeba zmiany otoczenia.** Ten imperatyw, który motywuje do działania: Czasami nie do końca znana odpowiedź, czasami jeszcze nie do końca dopracowany pomysł, ale widoczna postawa, która nie pozwala się zatrzymać.
2. **Zaskakująca nowa sytuacja** 1.(taka, jak pandemia), w której trzeba się dość szybko odnaleźć. Tak bardzo, jak trudne może być to doświadczenie, tak samo może okazać się niezwykle katalizatorem zmiany, o ile tylko pozostaniemy
3. z otwartą głową i chęcią do zrobienia czegoś w obecnej sytuacji.
4. **Własne doświadczenie** 1.to chyba jeden z najczęstszych motywatorów: znam problem z własnego doświadczenia, dotyka (lub dotykał) mnie osobiście i mam silną potrzebę wpływania na sytuację osób, które znalazły się w podobnej sytuacji. Mogą to być doświadczenia zdrowotne, migracyjne, dostanie przypadkowych rzeczy, czy bycie świadkiem sytuacji.
5. **Inspiracja.** 1.Na świecie funkcjonuje już z powodzeniem wiele rozwiązań. Wokół nas także wiele rozwiązań kiedyś było nowością, aż w końcu przyzwyczailiśmy się do tego, że tak można działać i te nowości stały się czymś zupełnie normalnym. A skoro na świecie coś działa, a u nas tego nie ma, to czemu by nie przetestować takiego rozwiązania we własnym mieście?
6. **Zauważone potrzeby i wewnętrzna chęć odpowiedzi na nie.** To umiejętność dostrzegania niszy, zauważenia potencjału. To także umiejętność słuchania drugiego człowieka, bo to najprostsza metoda na dostrzeżenie potrzeb.



**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

## Potrzeby i inspiracje

Projektując innowacje społeczne warto spojrzeć na proces całościowo: mamy pewne ramy czasowe, etapy i kroki do zrobienia, zasoby do zidentyfikowania i zarządzania oraz czas na przetestowanie i wdrożenie. W ramach takiego procesu powstają nowe odpowiedzi na potrzeby społeczne.

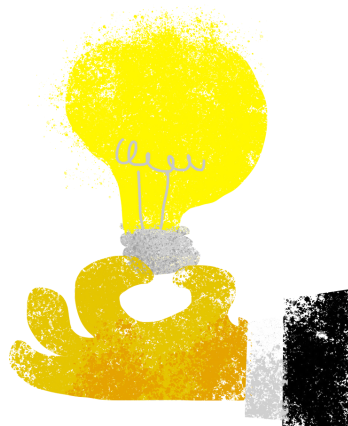
Innowacje społeczne przechodzą zazwyczaj przez wszystkie wcześniej wymienione etapy. Czasami niektóre dzieją się równocześnie, czasami te same kroki powtarzamy po kilka razy. Istnieją między nimi pętle sprzężenia zwrotnego. Stanowią przydatne ramy do myślenia o różnych rodzajach wsparcia, którego potrzebują innowatorzy i innowatorzy oraz ich innowacje, aby się rozwijać.

Zanim pojawi się pomysł, przyglądamy się potrzebom: **identyfikujemy nowe/niezaspokojone/ nieodpowiednio zaspokojone potrzeby społeczne.** Na tym etapie uwzględniamy wszystkie czynniki podkreślające potrzebę innowacji (np. kryzys, potrzebę cięcia wydatków, słabe wyniki, własne obserwacje), a także inspiracje, które ją rozpalają: od twórczej wyobraźni po znalezione dowody. Ten etap polega na zdiagnozowaniu problemu i sformułowaniu właściwego pytania, by znaleźć właściwe rozwiązanie.



Agata Potrykus-Jodel mówi: *Gdy pojawiła się pandemia, zweryfikowała mój plan – zajęcia grupowe nie wchodziły już w grę. Przede wszystkim dlatego, że miałam prowadzić dwie grupy wiekowe, w tym maluszki, czyli wszędzie ślina, łapanie rączkami – doszedł więc ogromny problem z dezynfekcją. Mój oryginalny temat umarł śmiercią naturalną, właśnie głównie przez pandemię. No i wtedy nie wiedziałam, czy się poddać, czy nie.*

*Zastanawiałam się, co mogłabym zrobić, odpowiadając na zdiagnozowaną przeze mnie potrzebę, ale też żeby nie wymyślała rozwiązania, które byłoby niezgodne ze mną – po prostu jakiś zamiennik na już. „Może zajęcia online” – myślałam. Ale biorąc pod uwagę, że to miało być budowanie relacji, nie widziałam takiej możliwości online. I tak pomyślałam, co lubię robić i co zawsze chciałam zrobić – wpadłam na pomysł, że napiszę e-booka, w którym będzie po prostu zbiór zabaw i aktywności – miał to być rodzaj wsparcia dla rodziców właśnie w dobie pandemii. Ale też ten e-book miał być wsparciem dla terapeutów. Często się zdarza, że terapeuci pracują w różnych miejscach, mają swoje zdolności terapeutyczne, ale nie zawsze jest czas na przeorganizowanie zajęć – trzeba mieć wszystko wcześniej zaplanowane, więc chciałam też, żeby to była taka pomoc kreatywna, która jednocześnie poukładała aktywności w plan tematyczny. No i tak się zadziało. Nie dostałam grantu, ale dostałam wsparcie merytoryczne, które niesamowicie mi pomogło i mnie wsparło. I czuję się wygrana.*



**Przede wszystkim otworzyły mi się oczy na wiele elementów i na to, jak długi jest to proces. Myślałam, że skończę go w trzy miesiące.** I te słowa możemy odnieść do każdego/każdej z nas – dopiero w działaniu, testując nasze pomysły, wyciągamy wnioski. Dlatego tak ważne jest szybkie weryfikowanie naszych założeń. Bez tego miesiącami możemy tkwić w naszych głowach, projektując idealne innowacje społeczne, które niekoniecznie będą przynosić korzyści dla społeczności. Tylko niewielka część pomysłów przetrwa testowanie i pilotaż. Nawet obiecujące projekty mogą być po prostu niewystarczająco efektywne lub za drogie, by warto było je wdrażać na szerszą skalę. Opinia publiczna może być kluczowa, ale metody ewaluacji również odgrywają ważną rolę.

A gdy Twój pomysł przetrwa, to prawdopodobnie będzie gotowy do skalowania, czyli upowszechniania na szeroką skalę. Może inne miasta mogą go wprowadzić? Może inne osoby mogą z niego skorzystać? Może masz gotowe rozwiązanie, które łatwo da się wprowadzić w życie w innych miejscach? Może sama/sam chcesz zrealizować ten projekt na większej lub innej grupie, w innej lokalizacji? A może chcesz go po prostu rozwijać i zwiększać jego zasięg?

*Marzy mi się, żeby za jakiś czas skupić się na tym, żeby mój pomysł zacząć rozpowszechniać w innych miejscach. Rozpoczęłam już rozmowy i w Gdyni, i generalnie na naszym lokalnym podwórku trójmiejskim. Widzę niesamowity potencjał w tym działaniu, absolutnie nie konkurencję. Tych rzeczy jest tak dużo, że takie zbieractwo mogłoby się znajdować przy każdym klubie szycia, przy każdym miejscu, gdzie ludzie się zbierają, to jest niesamowity potencjał. Moim marzeniem jest wypromowanie projektu szeroko, czy to w Trójmieście, czy w ogóle w Polsce. Chcę pokazywać, że warto w ten sposób pozyskiwać materiały pasmanteryjne, nie trzeba wszystkiego kupować, bo bardzo dużo rzeczy zupełnie dobrych ginie na śmietnikach.* Martyna Nagórska, Włóczkowe Więzi



# ZDANIEM EKSPERTKI

## Jak tworzyć innowacje służące ludziom?

Agata Ciesielska



Innowacja ma swoje źródło w empatii. Proces projektowania innowacji społecznych najczęściej zaczyna się od zauważenia problemu. Rozwiązania powstają najczęściej na podstawie obserwacji, które wynikają z osobistych doświadczeń – własnych lub zauważanych w najbliższym otoczeniu, przeprowadzanych naturalnie. Ale jest kilka narzędzi, które mogą wspierać innowatorów społecznych w tym procesie.

Pierwszym z nich jest **persona** – czyli profil użytkownika rozwiązania. Dobrze opracowana pomoże lepiej zrozumieć potrzeby i problemy osób, dla których powstała innowacja, a w efekcie – dopracować rozwiązanie tak, by jak najlepiej na nie odpowiedzieć. Ale persony są wsparciem również przy projektowaniu spójnej komunikacji, planowaniu działań marketingowych czy ciągłym pamiętaniu o perspektywie odbiorcy.

# ZDANIEM EKSPERTKI

Częstym błędem przy tworzeniu person jest bazowanie na własnych przypuszczeniach i założeniach dotyczących problemów, motywacji czy aktywności odbiorców bez sprawdzenia ich przez rozmowy z rzeczywistymi użytkownikami rozwiązania. Jak uniknąć tego błędu? Porozmawiać z osobami, dla których projektujemy innowację! Żeby lepiej zrozumieć ich potrzeby nie trzeba wcale przeprowadzać szeroko zakrojonych badań na dużej grupie. Warto porozmawiać choć z kilkoma osobami z grupy docelowej odbiorców i dowiedzieć się, jak najwięcej o tym, co wpływa na ich zachowania i wybory, czego się obawiają i o czym marzą. Dzięki temu projektując innowacje, odpowiemy na rzeczywiste potrzeby, a nie nasze wyobrażenie o ich problemach.

Drugim bardzo przydatnym narzędziem jest **mapa podróży klienta** (*customer journey map*). Bohaterem ścieżki staje się wówczas użytkownik rozwiązania - poznany podczas rozmów i opisany pod postacią persony. Mapa pomaga zrozumieć, w jaki sposób będzie korzystał z innowacji oraz jakie emocje mogą mu przy tym towarzyszyć.

Tworzenie mapy podróży zaczynamy od wyznaczenia etapów – „przed skorzystaniem z rozwiązania”, „w trakcie” oraz „po skorzystaniu”, a następnie określeniu poszczególnych działań podejmowanych przez użytkownika w każdym z tych etapów. W każdym z nich możemy następnie dodać opisy emocji, jakie towarzyszą bohaterowi, artefakty (namacalne przedmioty), z którymi się styka, inne osoby, z którymi wchodzi w interakcje czy kanały komunikacji, których używa. Dzięki temu można znaleźć punkty, w których potrzebuje najwięcej wsparcia oraz te, w których można mu najlepiej pomóc.

# ZDANIEM EKSPERTKI

Kolejnym narzędziem pomocnym w procesie tworzenia innowacji jest **kanwa modelu biznesowego** – w wersji dla biznesów społecznych. Mając dobrze określoną grupę docelową odbiorców, zidentyfikowane problemy, które chcemy rozwiązać, możemy płynnie przejść do rozpoznawania kolejnych elementów układanki: interesariuszy, którzy będą zainteresowani finansowaniem przedsięwzięcia, czy klientów, którzy będą gotowi zapłacić za rozwiązanie (a niekoniecznie będą użytkownikami) oraz do sposobu komunikacji z wszystkimi grupami osób, których dotyczy rozwiązanie. Wypełnianie kolejnych okienek kanwy zmusza również do przemyślenia zasobów, którymi dysponujemy, kluczowych działań, które trzeba podjąć, by wdrożyć w życie rozwiązanie, a także kwestii finansowych.

Ważną częścią kanwy modelu biznesowego jest także **propozycja wartości**, czyli coś, co wyróżni rozwiązanie i najlepiej określi najważniejsze korzyści dla odbiorcy innowacji. Dotarcie do tego, co jest głównym sensem i powodem powstania rozwiązania, jest momentem przełomowym w procesie projektowania innowacji – ułatwia wszystkie inne działania związane z jej tworzeniem i wdrażaniem.

Wszystkie te narzędzia opierają się na silnym skupieniu na użytkowniku rozwiązania – poznaniu go, zrozumieniu jego potrzeb i motywacji i nieustannym sprawdzaniu, czy innowacja faktycznie odpowiada na jego problemy.

**W centrum procesu projektowania innowacji społecznej zawsze musi stać człowiek.**



**POMYSŁY**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

# Pomysły

Generowanie pomysłów to bardzo przyjemny etap. W zależności od tego, co było naszą motywacją, czy bodźcem do zmiany, możemy przechodzić przez następujące procesy:

- albo to konkretne rozwiązanie pojawiło się najpierw w naszej głowie i to dla niego identyfikujemy odbiorców, nazywamy potrzeby i na nim się skupiamy,
- albo w pierwszej kolejności zauważyliśmy konkretną potrzebę i to dla niej szukamy rozwiązania.

Do wygenerowania odpowiednich rozwiązań mogą posłużyć nam następujące metody:

- **burza mózgów** – bardzo popularna metoda polegająca na generowaniu rozwiązań bez oceniania ich i bez ograniczeń. Proces odbywa się w grupie, każdy może się wypowiedzieć, a pomysły zapisywane są na wspólnej tablicy lub przyklejane na samoprzylepnych karteczkach. Tutaj zdecydowanie liczy się ilość, a nie jakość (jakość pojawia się w następujących krokach tej metody). Nawet najbardziej niestandardowe pomysły powinny być zapisywane, bo mogą dać impuls kolejnej osobie do wygenerowania odpowiedniego pomysłu,
- **brainwriting** (dosłownie „spisywanie mózgu”) – to alternatywa klasycznej burzy mózgów. Tutaj jednak zamiast mówić, zapisujemy pomysły. Metoda ta przybiera różne wariacje, w zależności od liczby osób biorących udział w generowaniu pomysłów i tak np. jeśli w procesie udział biorą 3 osoby, to każdy może mieć 5 minut, by wymyślić 5 rozwiązań i zapisać je, a następnie kartkę przekazuje kolejnej osobie, która wymyśla nowe niepowtarzające się pomysły, itd.

## Pomysły c.d.

- **mapy myśli** – metoda polegająca na zapisaniu wyzwania na środku kartki i dopisywaniu rozwiązań dookoła wyzwania. Spotkać można tę metodą pod nazwą „kwiat Lotosu”, bo po zapisaniu problemu pośrodku kartki papieru, obrysowuje się go okręgiem i wypisuje wokół niego możliwe rozwiązania. Tworzy się w ten sposób swoisty obrazek przypominający kwiat lotosu. Następnie każde z rozwiązań ponownie obrysowujemy okręgiem i zaczynamy wokół niego tworzyć inne, podobne do danego. Metoda ta pozwala wyjść poza schematyczne myślenie i budować na wcześniejszych pomysłach\*,
- **tworzenie "wizji końca" projektu** – wyobraź sobie, że Twoja innowacja społeczna jest wdrożona, że dane wyzwanie zostało rozwiązane. Co się wtedy stanie? Co to się zmieni? Co się wydarzy? Jak dzięki temu ludzie będą się czuć? Co będą robić? Odpowiadając na te pytania, wyobrażasz sobie właśnie wizję docelową i dzięki temu, wychodząc od końca, od stanu idealnego, możesz wykreować rozwiązanie,
- **pierwsza strona gazety lub czasopisma** – to bardzo ciekawe narzędzie, zbliżone do wizji końca projektu. Tym razem wyobrażasz sobie (możesz to ćwiczenie wykonać z zespołem), że rozwiązaniu poświęcone jest wydanie gazety. Twoim zadaniem jest zaprojektowanie okładki. Co się na niej znajdzie? Jakie hasła i tytuły? Im bardziej dasz się ponieść wyobraźni, tym lepiej.

\*<https://patrycjakacprzyk.pl/metody-generowanie-pomyslow-rozwiazan/>

## Jak zdecydować i wybrać odpowiednie rozwiązanie?

Prawda jest taka, że dopóki nie przetestujesz rozwiązania, to nie dowiesz się, czy jest ono odpowiednie. Dlatego tak ważne jest szybkie testowanie i szybkie wyciąganie wniosków (o czym porozmawiamy w kolejnej części). Na tym etapie jednak pewnie masz wiele pomysłów powstałych po wykonaniu wymienionych wcześniej ćwiczeń. Czas wybrać te, na których warto się skupić. Możesz wykorzystać następujące narzędzia:

- **macierz (matryca) Eisenhowera** – klasycznie każdy pomysł ocenia się pod kątem ważności i pilności (dzięki czemu powstają 4 grupy zadań: ważne i pilne, nieważne i pilne, ważne i niepilne, nieważne i niepilne). Ta metoda świetnie pokazuje, jakie zadania można odpuścić, a w jakie inwestować długofalowo. Zmieniając wartości na osiach, możesz stworzyć wariację dla siebie np. zamiast „pilne” wstaw „możliwe korzyści” albo oceń wpływ i zobacz, co Ci wyjdzie! Możesz zostawić także klasyczne osie i wybrać na tej podstawie rozwiązanie.
- **nadaj obiektywne wagi według ustalonych kryteriów** – możliwe, że ta metoda ma konkretną nazwę, ale ta opisowa wydała się najlepsza. W tej metodzie ustalasz kryteria i nadajesz im wagę. Załóżmy, że Twoje kryteria to: wpływ, efektywność, czas wdrożenia i zasoby. Nadajesz każdemu odpowiednią wagę (np. od 1 do 4) i każdy pomysł oceniasz według kryteriów. Następnie sumujesz wyniki i zobaczysz priorytety.
- **poradź się ekspertów** – możesz przeprowadzić wywiady, porozmawiać z ekspertami, przeprowadzić spotkanie fokusowe.

Pamiętaj, że dane rozwiązanie powinno sprawiać Tobie radość. W końcu to **TY** jesteś innowatorem lub innowatorką społeczną!



**POMYSŁY**

**PROTOTYPOWANIE**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**



## **Prototyp, czyli właściwie co?**

W przypadku innowacji społecznych prototyp możemy zdefiniować jako rozwiązanie, które jest sprawdzeniem innowacji w praktyce i pozwoli na pilotażowe wdrożenie rozwiązania. Prototyp nie jest ostatecznym rozwiązaniem (choć może takim być). Zwykle będziemy go zmieniać, poprawiać, ulepszać w oparciu o przeprowadzenie testy i otrzymane informacje zwrotne.

## **Szybkie testy i porażki**

W świecie innowacyjnych biznesów, tzw. startupów przyjął się model pracy polegający na bardzo szybkich testach, jak najszybszych porażkach i wprowadzaniu zmian. W świecie IT pracuje się według metodyki SCRUM (sposób zwinny, czyli agile, zarządzania projektami). Liczy się wykonywanie pracy w małych kawałkach i bardzo szybko. Czas odgrywa tutaj kluczową rolę, bo chodzi o to, aby jak najszybciej wykluczać to, co nie działa. Przekładając takie podejście na świat innowacji społecznych, unikamy wdrażania ostatecznie gotowych rozwiązań, z których nikt nie będzie chciał korzystać. Prototyp z założenia jest łatwy do zmiany i zwiększa zrozumienie każdej ze stron (twórców i użytkowników) tego, czym właściwie jest proponowane rozwiązanie. Jednocześnie takie podejście wymaga od nas, innowatorów i innowatorek, zmiany myślenia: od „ten pomysł jest mój i jest jedyny słuszny” do „najważniejsze jest rozwiązanie wyzwania, a pomysł może ewoluować tak, by jak najlepiej odpowiadać na potrzeby”.



**POMYSŁY**

**PROTOTYPOWANIE**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

**WDROŻENIE**

## **Mówić, czy nie mówić o innowacjach?**

Bardzo dużo uwagi poświęcamy na realizację projektów i testowanie pomysłów. Na etapie wdrożenia nie możemy zapominać o upowszechnianiu i promowaniu naszego rozwiązania! Bez odpowiedniej komunikacji żadna osoba nie będzie miała szansy dowiedzieć się o tym, co tworzymy, a tym bardziej z tego skorzystać. Potrzebujemy przygotować odpowiednią strategię komunikacyjną, cele oraz budować społeczność. Aby być w tym skutecznym/skuteczną, przejdź ścieżkę zaproponowaną przez Łukasza Murawskiego, mentora INNaczej.



# ZDANIEM EKSPERTA

## Łukasz Murawski

Podstawowe zasady brandingów są takie same niezależnie od rodzaju podmiotu, jego wielkości, czy typu, niezależnie od tego, czy produkt lub usługa jest mniej lub bardziej innowacyjna.



To samo dotyczy kroków, które należy podjąć, by zbudować markę. Omawiam je na końcu. Zaczniemy od zdefiniowania pojęć.

**Marka** (*brand*) to odczucie potencjalnego klienta na temat firmy, produktu lub usługi. Tak zdefiniowana marka to ważne przesunięcie nie tyle w rozumieniu, czym ona jest, ale po której jest stronie. Marka tworzy się po stronie klienta i istnieje wyłącznie w jego głowie. Inaczej mówiąc: Twoja marka nie jest tym, czym twierdzisz, że jest. Jest tym, czym jest zdaniem Twoich klientów.

Na markę musisz patrzeć z perspektywy potencjalnego klienta.

Z kolei **branding** to jest działanie, którego celem jest zbudowanie relacji z klientem i kreowanie odczucia, które będzie zgodne z naszą intencją. Z tym jest jak z ludźmi. Jednym łatwo przychodzi nawiązywanie kontaktu, budowanie relacji, a innym przychodzi to zdecydowanie trudniej. Jeśli chcesz odnieść sukces, to musisz być w pierwszej grupie.

# ZDANIEM EKSPERTA

Różnica w *brandingu* w zależności od typu podmiotu polega na tym, co podkreśla się w komunikacji.

Firmy mikro i z sektora MŚP muszą podkreślić swoją dominację w niszy. Duże firmy powinny akcentować rozmach działania i podkreślać swoją wiarygodność.

Z kolei firmy produkcyjne powinny wzbudzić zaufanie do produktu, a usługowe – zaufanie do swoich pracowników.

**Z kolei osoby, które tworzą produkty, czy usługi innowacyjne, powinny podkreślać to, co ich produkty lub usługi zastępują.**

Zawsze powtarzam, że nikt nie czeka na innowacyjny projekt, produkt, czy usługę. Wszystkie nasze potrzeby są w taki czy inny sposób zaspokojone. Musisz pokazać klientowi, co zmieni się z jego życia, jeśli skorzysta z tego, co masz mu do zaoferowania.

Jest takie prastare powiedzenie marketingowe, zgodnie z którym „klient nie chce kupić młotka, on chce wbić gwóźdź”. Młotek jest narzędziem do rozwiązania problemu klienta. Podobnie Twoja usługa, Twój produkt jest wyłącznie narzędziem służącym rozwiązaniu czyjegoś problemu.

Zadaj sobie pytanie, co sprzedajesz i odpowiedz na nie z perspektywy klienta. To jedno z ważniejszych pytań, które pozwala ocenić, po której jesteś stronie. Czy jesteś po stronie produktu i usługi, czy po stronie klienta jego potrzeb? Lepiej dla Ciebie, abyś był po tej drugiej.

# ZDANIEM EKSPERTA

**Pamiętaj! To, co sprzedajesz, nie jest tym, co kupuje Twój klient.**

Musisz rozwiązywać problem, za którego rozwiązanie ludzie będą skłonni Ci zapłacić.  
Uzupełnij ZDANIE.

SPRZEDAJĘ \_\_\_\_\_ (produkt, usługę) PONIEWAŻ mój klient chce/potrzebuje

\_\_\_\_\_

Jeśli jakakolwiek komunikacja dociera do potencjalnego klienta to on zadaje sobie pytanie:

1. „Czy wiem, co ta firma oferuje?” Klient musi to od razu zrozumieć. Rozumienie polega na tym, że klient wie, co ten produkt lub usługa zmieni w jego życiu.
2. „Czy to, co ta firma oferuje, różni się od tego, co już znam?” Jeśli nie różni się albo te różnice nie są wyraźne, to klient tym produktem lub usługą nie będzie się interesował.

**Pamiętaj, że celem budowania marki i prowadzenia działań brandingowych jest UŁATWIENIE KLIENTOWI/KLIENTCE PODJĘCIA DECYZJI.**

# ZDANIEM EKSPERTA

## Zanim cokolwiek wypuścisz na rynek za pomocą narzędzi marketingowych:

1. Określ cel pozabiznesowy swojej działalności. Musisz wiedzieć, po co robisz to, co robisz. Firma bez pozabiznesowego celu istnienia, bez swoistej misji, skoncentrowana wyłącznie na biznesie, nie jest w stanie przyciągnąć najlepszych talentów i klientów. Bez celu pozabiznesowego będzie też ciężko zaangażować pracowników.
2. Zidentyfikuj, kim są Twoi klienci oraz jakie są ich rzeczywiste potrzeby. Nie tylko praktyczne, lecz także psychologiczne. Marka ma do odegrania bardzo konkretną rolę w życiu ludzi. Twoja firma powinna pomagać człowiekowi stać się tym, kim chce być w życiu.
3. Odróżnij się. Marty Neumeier, światowej klasy ekspert w dziedzinie branding, proponuje prosty test, który pozwoli Ci sprawdzić, czy już posiadasz wyjątkowość rynkową. Możesz go zrobić samodzielnie, ale warto zaopatrzyć się w środki na ból głowy, ponieważ test jest prosty, ale znalezienie wyróżnika bywa trudne. Jeśli jednak Ci się to uda, jesteś na dobrej drodze do sukcesu rynkowego.

Uzupełnij poniższe zdanie.

„Moja firma (produkt, usługa) jest jedyną, która\_\_\_\_\_ (tu wpisz istotny wyróżnik)” **Co takiego robisz, czego nikt inny nie robi?**

To trzy najważniejsze kroki, które ułatwią Ci stworzenie solidnych fundamentów Twojej marki również (a może przede wszystkim) w innowacjach społecznych.

Z tak przygotowanymi materiałami bez problemu stworzysz plan komunikacji i wyruszysz na podbój mediów społecznościowych.

*Mój pomysł pierwotnie był ogromny i obrośnięty. Podczas maratonu projektowego (etap Programu INNaczej) został bardzo ociosany (...) Chcąc, nie chcąc na Facebooku relacjonuję mniej więcej na bieżąco, co się dzieje. Pomysł mentorów okazał się niezwykle trafiony, bo to jest najcenniejsze źródło pozyskiwania nowych osób, które są zainteresowane naszym projektem. I które faktycznie proponują mi przeróżną współpracę. Nasza współpraca polega nie tylko na tym, że zbieram od osób te rzeczy, ale pojawiają się osoby zainteresowane warsztatami, albo inną formą współpracy, a my jesteśmy otwarci kompletnie na wszystko. Pomysły są niesamowite! Muszę przyznać, że wszystkie te kontakty są nawiązane dzięki Facebookowi! Przyznaję, social media są – jakby na to nie patrzeć – niezwykle, o czym my początkowo nie pomyśleliśmy.*

Martyna Nagórska, Włóczkowe Więzi





# Finansowanie innowacji społecznych

Mówiąc o wdrażaniu, upowszechnianiu i utrzymaniu innowacji, pojawia się naturalnie pomysł finansowania innowacji społecznych. Bez stabilnego modelu finansowania bardzo ciężko będzie utrzymać nasz pomysł i go rozwijać. Istnieje wiele metod finansowania innowacji społecznych.

Coraz większą popularnością cieszą się wszelkiego rodzaju akcje społecznościowe, angażujące ludzi zgromadzonych wokół idei do wspólnego fundowania celu. Mowa o finansowaniu społecznościowym, czyli tzw. crowdfundingu. Tę metodę możemy zaliczyć do tzw. mikrofinansowania. Mikrofinansowanie i mikrokredyty były narzędziami wynalezionymi w krajach rozwijających się w celu zwalczania ubóstwa, by dać biednym ludziom możliwości tworzenia firm. W 2006 roku Muhammad Yunus i oraz stworzony przez niego Grameen Bank otrzymali Pokojową Nagrodę Nobla za pracę na rzecz rozwoju i rozpowszechniania koncepcji mikrofinansów. Natomiast mikrokredyt odnosi się konkretnie do jednego rodzaju mikrofinansowania – czynności udzielania pożyczek na zakładanie i rozwój biznesu - mikrofinansowanie to szersza koncepcja, w skład której wchodzi wiele różnych narzędzi. Produkty te mogą obejmować oszczędności, edukację finansową, pożyczki osobiste i ubezpieczenia. Mikrofinansowanie w Europie rozwijało się powoli. Obecnie jest ponad 100 instytucji mikrofinansowych, z których około 80 jest członkami Europejskiej Sieci Mikrofinansowania, wspieranej środkami unijnymi.

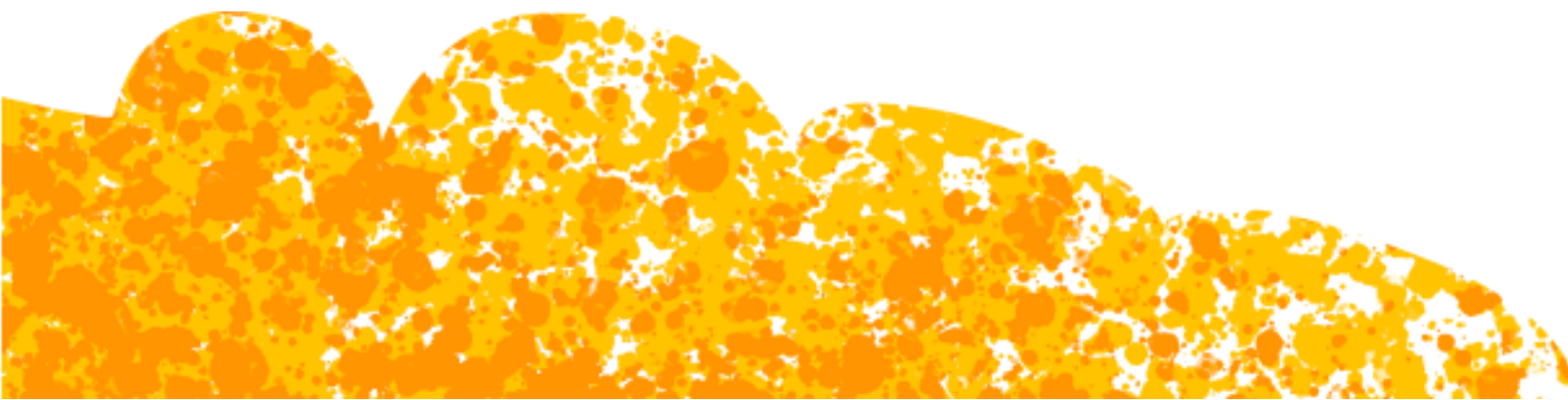


*Crowdfunding* to coraz popularniejsze narzędzie finansowania projektów, również zaliczane do mikrofinansowania. Możliwy jest poprzez kolektywną współpracę, zaufanie ludzi, którzy tworzą sieci i gromadzą się wokół idei, by wspólnie finansować inicjatywy bliskie ich sercom. Wpłaty dzieją się przez Internet, co zmniejsza barierę wejścia do korzystania z tego narzędzia. Finansowane projekty są różne: od wspierania osób lub organizacji (pomoc w przypadku katastrof, przez dziennikarstwo obywatelskie, artystów szukających wsparcia u fanów, po kampanie polityczne) aż po projekty wydawnicze czy organizacje wszelakich eventów. Pozwala stosunkowo szybko wcielić w życie dobre pomysły, które nie pasują do wzorca wymaganego podczas korzystania z innych metod finansowania.

Na tych wczesnych etapach można wykorzystać szeroką gamę narzędzi finansowych:

- małe granty,
- pożyczki,
- nagrody,
- dofinansowanie ze środków miejskich, państwowych czy unijnych.
- sponsoring.

Planując strategię pozyskiwania finansowania, warto zwrócić uwagę na dywersyfikację źródeł – tak, by nie uzależniać się jedynie od jednego źródła.



# ZDANIEM EKSPERTKI

Agnieszka Płoska

Finansowanie społecznościowe, czyli *crowdfunding*, to moja ulubiona metoda finansowania projektów innowacyjnych. Znajduje się na podium ze względu na następujące zalety tego narzędzia:



- **to szybka weryfikacja rynku:** jeśli ludzie nie finansują danego projektu, a tym samym nie dają informacji, że chcą, aby taki projekt powstał, to jest to bardzo ważna informacja zwrotna (jednak to dla społeczności projekt tworzymy, a nie dla nas samych). Jeśli natomiast projekt sprawnie się finansuje, to ciężko o lepszą motywację!
- **to świetny sposób na dotarcie do kolejnych metod finansowania:** jeśli dobrze przeprowadzisz swoją akcję, to nie ma takiej możliwości, aby nie znalazły się nowe partnerstwa, sponsorzy, czy zainteresowanie mediów;
- **to potężne narzędzie marketingowe:** dobrze wykorzystany potencjał społeczności oraz medialny przynoszą wymierne korzyści zasięgowe i nie tylko;
- **jest dostępny:** praktycznie każdy może skorzystać z tego narzędzia, wystarczy dobrze się przygotować i spróbować! Jakikolwiek wynik by nie wyszedł, zawsze możemy obrócić go na swoją korzyść – w przypadku sukcesu, mamy środki na realizację planu i bezcenne poczucie sprawczości, w przypadku nieuzbierania odpowiedniej kwoty, mamy informację zwrotną z rynku.

**POMYSŁY**

**PROTOTYPOWANIE**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

**WDROŻENIE**

**SKALOWANIE**

# Skalowanie

Skalowanie to działanie mające na celu wdrożenie wypracowanych rozwiązań w jak największej liczbie organizacji, społeczności lokalnych, czy może nawet w wielu krajach. Im łatwiej rozwiązanie daje się skalować, tym lepiej. Skalowanie nie ma nic wspólnego z plagiatowaniem. Tutaj nikt nie „zgapia” naszego rozwiązania, a wdraża wypracowany przez nas scenariusz, metodę czy podejście do sprawy.

Wszystkie narzędzia, o których mowa w tej publikacji, można wykorzystać także na etapie skalowania. Warto odpowiedzieć sobie na pytania o zakres, o grupy docelowe innowacji, o sposoby dotarcia (kto i jak dowie się o tym rozwiązaniu i dlaczego będzie chciał je wdrażać u siebie?).

# Jak zmierzyć zmianę?

Szczególnie problematyczny jest **pomiar sukcesu** w ekonomii społecznej. W ekonomii rynkowej prostymi i ogólnie jednoznacznymi miarami są np. zasięg, udział w rynku i zysk. Na polu społecznym samymi miarami sukcesu mogą być drobne zmiany i nowe odpowiedzi pojawiające się na dawne pytania, a także zakwestionowany status quo. Czy są osoby identyfikujące się ze zmianą? Ile osób mogło skorzystać z naszych działań? Jaka zmiana w nich zaszła i jak możemy ją wskazać? Odpowiedzi nigdy nie są proste i same dają pole do znalezienia innowacji.

By zauważyć zmianę i móc jakkolwiek ją zmierzyć, warto skorzystać z takich narzędzi, jak:

- **ankiety** – bardzo popularne narzędzie, które można wykorzystywać regularnie, zadając te same pytania tej samej grupie osób co określony czas, pozwala zauważyć zmianę,
- **wywiady** – bardzo czasochłonnym narzędziem, wymagającym posiadania kompetencji miękkich, są wywiady. Zadając odpowiednie pytania wybranym osobom, można sprawdzić, czy zmiana społeczna już nastąpiła,
- **obserwacja** – narzędzie bardzo często pomijane, polegające na własnej obserwacji, sporządzaniu notatek, analizie i porównywaniu obserwacji w celu wyciągnięcia wniosków.

# Wyzwania innowacji społecznych

Innowacje społeczne to rozwiązania, które mają wpisaną w swój genotyp nie tylko możliwość wielokrotnej zmiany początkowych założeń, ale także niepowodzenie. Są to nowatorskie, często nigdy nieweryfikowane wcześniej pomysły, które im są trudniejsze, tym wydają się bardziej interesujące. Często jednak, mimo optymistycznych założeń w trakcie wdrażania pomysłu, okazuje się, że coś nie zadziało. Dlatego też tak ważne w programie INNaczej, ale także przy wdrażaniu innowacji społecznych w ogóle jest **prototypowanie** i **testowanie**. Istotne jest sprawdzenie, czy nasz pomysł działa, na małej grupie, w bezpiecznych warunkach i przy wsparciu, które jest oferowane np. w ramach programu INNaczej. Pozwala to na **weryfikację pomysłu** i uniknięcie kosztów (również tych niefinansowych np. czasu i energii innowatorki, czy innowatora), związanych z wdrażaniem docelowego pomysłu, który będzie dostosowany do grupy docelowej.

Zanim jednak przejdzie się do testowania innowacji, bardzo ważne jest jej odpowiednie przygotowanie już na etapie samego konceptu pomysłu.

*Dzięki udziałowi w programie INNaczej zrobiłam research mojego pomysłu. Po raz pierwszy nie skoczyłam od razu na głęboką wodę, tylko wykonałam dużą pracę przed jego realizacją. Dzięki temu np. nawiązałam kontakt z organizacjami zajmującymi się tematem migracji, współpracującymi z imigrantkami i imigrantami w Trójmieście, co dało mi możliwość bezpośredniego dotarcia do uczestniczek, zweryfikowania ich potrzeb i uszycia projektu na miarę ich oczekiwań. Agata Gregorkiewicz, emiGRACJE*

Doświadczenia Programu INNaczej pokazują nam również, jak ważny jest czas przeznaczony na przygotowanie projektu do realizacji.. Szczególnie warto zwrócić uwagę na:

### 1. **nasze własne zasoby:**

- **czas** – jaki możemy przeznaczyć na przygotowanie i realizację projektu. Czy mamy wystarczająco motywacji, jeżeli proces będzie trwał dłużej, niż zakładaliśmy? Ile godzin w tygodniu, w miesiącu jesteśmy w stanie przeznaczyć na nowy pomysł? Ile czasu potrzebujemy, aby nasze rozwiązanie móc przetestować i wdrożyć? Czy nie będziemy musieli zrezygnować z części życia prywatnego, aby zrealizować innowację?
- **zespół** – czy działamy samodzielnie, czy są osoby, które mogą nam w tym pomóc? Z kim możemy współpracować przy wdrażaniu innowacji?
- **finanse** – czy mamy środki na testowanie innowacji albo czy możemy pozwolić sobie np. na urlop od pracy zawodowej w czasie jej testowania?
- **wiedza** – na temat innowacji, czy znamy się na temacie, którego się podejmujemy? Czy wiemy, gdzie szukać informacji?
- **doświadczenie** – jakie mamy doświadczenie w podobnych działaniach? Jakie mamy doświadczenie w realizacji innowacji w ogóle? Czy potrafimy pracować metodą projektową?
- **miejsce** – czy dysponujemy odpowiednią przestrzenią do pracy nad innowacją? Czy mamy miejsce (ewentualnie pozwolenie na korzystanie z przestrzeni publicznej) do testowania i wdrażania innowacji?

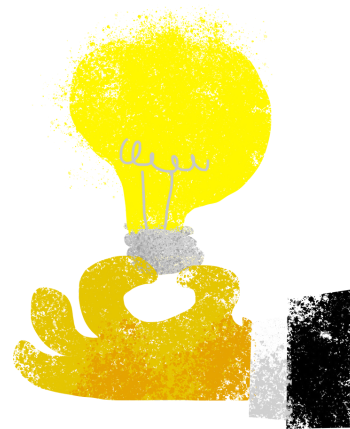




2. **Przepisy prawa** – warto sprawdzić, czy proponowane przez nas działanie jest zgodne z przepisami prawa, w tym prawa lokalnego. Być może jest to działanie np. niemożliwe do wdrożenia w obecnym systemie prawnym. I tu warto dopytać np. przedstawicieli samorządu o ten aspekt, skonsultować rozwiązanie z prawnikiem, jeżeli są jakieś wątpliwości.

3. **Społeczność** w jakiej będziemy działać. Czy np. społeczność dzielnicy, osiedla będzie chciała nam pomóc w realizacji innowacji? Czy mamy grupę, która pomoże nam ją sfinansować (np. w ramach *crowdfunding*?) lub wypromować w social mediach?

4. **Wsparcie instytucjonalne:** np. Urzędu Miasta Gdańska, programu INNaczej, organizacji pozarządowych działających w Gdańsku, szkoły, przedszkola, instytucji kultury, przedstawicieli biznesu – czy mamy na kogo liczyć? Czy podjęliśmy już współpracę? Czy wiemy, do kogo się zwrócić w zależności do rodzaju innowacji społecznej?



# ZDANIEM EKSPERTKI

Natalia Siuda-Piotrowska

W ciągu ostatnich czterech lat podczas realizacji programu INNaczej współpracowałam z szeregiem osób, które zgłaszały się do Programu Innowacji Społecznych. Zdarzało się, że projekty, które wydawały się bardzo interesujące i nowatorskie, były niemożliwe do zrealizowania.



Na różnych etapach przygotowywania i testowania innowacji pojawiały się przeszkody lub wydarzenia, które przyczyniły się niepowodzenia pomysłu lub zmiany jego założeń o 180 stopni.

Jakie to przyczyny?

Przede wszystkim, nieodpowiednie przygotowanie innowatorki lub innowatora do wdrożenia innowacji. Są to sytuacje, gdy osoba chce wdrożyć duży pomysł, a nie posiada odpowiednich zasobów np. Chce opracować aplikację, nie mając technologicznego doświadczenia i nie posiadając odpowiedniego zespołu, który by jej w tym pomógł. Inny przykład to trudności w prawie – gdy w trakcie wdrażania innowacji społecznej okazało się, że obecne przepisy w mieście uniemożliwiają wdrożenie takiego rozwiązania. W tym przypadku innowatorka zaproponowała inny pomysł, który również po części rozwiązałby problem społeczny, którym chciała się zająć. Włożyła sporo pracy w jego przygotowanie, nawiązała odpowiednie relacje z podmiotami zajmującymi się tematem.

# ZDANIEM EKSPERTKI

Niestety nowe rozwiązanie wymagało zaangażowania dodatkowych środków miejskich, a na to nie udało się uzyskać zgody. Proces trwał, zaczęła się pandemia i tak naprawdę w pewnym momencie spadł też zapał i motywacja do działania osoby, która stała za innowacją. Pomysł istnieje, ale dotychczas nie udało się zakończyć jego testowania.

Inny przykład trudności to czynniki, na które nie mamy wpływu jak wspomniana wyżej pandemia, która w przypadku innej innowacji skutecznie utrudniła jej testowanie, a brak alternatywnych pomysłów, elastycznego dostosowania się innowatora doprowadził do tego, że pomysł dalej nie został zrealizowany. W tych historiach można dopatrzeć się dużego związku z **motywacją** do zmiany.

Mam poczucie, że bardzo często trudności, przedłużający się czas np. konieczny do uzyskania odpowiednich zgód również jest dużą przeszkodą w innowacjach. Powoduje on, że traci się zapał. Wyzwanie, które wydawało się pilne, traci na ważności (albo w międzyczasie znajdują się inne rozwiązania). Na to też trzeba być gotowym – że w naturalny sposób nie wszystkie innowacje będą zrealizowane, że proces przygotowywania innowacji niesie ze sobą ryzyko demotywacji, zwłaszcza jeżeli trudności jest dużo i nie zdawaliśmy sobie z nich sprawy w momencie rozpoczynania testowania.

Odpowiednie przygotowanie, przeprowadzenie własnych badań na grupie docelowej, weryfikacja innych podobnych rozwiązań i przede wszystkim świadomość własnych zasobów mogą zdecydowanie pomóc w uniknięciu licznych niepowodzeń. Dodatkowo weryfikacja naszej motywacji i determinacji poprzez odpowiedzi na pytania: Po co ja właściwie chcę zrealizować mój pomysł? Komu pomóc? Dlaczego to dla mnie ważne? – mogą z całą pewnością pomóc i być może nawet nie zaczynać projektu, gdy nie jesteśmy na niego gotowi.

A yellow spiral graphic that starts as a small circle at the top and expands as it moves clockwise. The spiral is composed of a dense pattern of small yellow dots. Six text labels in bold orange font are placed at various points along the spiral's path.

**POMYSŁY**

**PROTOTYPOWANIE**

**POTRZEBY  
I INSPIRACJE**

**ZMIANA  
SYSTEMOWA**

**WDROŻENIE**

**SKALOWANIE**

# Wywołanie zmiany systemowej

Moment, w którym następuje trwała zmiana społeczna, możemy określić jako wywołanie zmiany systemowej. Inaczej mówiąc, to wprowadzenie w życie nowych sposobów działania i myślenia, które teraz stosowane są już przez wszystkich. To zakorzenione pomysły, które stają się inspiracjami dla nowych rozwiązań, dając fundamenty kolejnym innowacjom społecznym.

Najciekawsze w procesie powstawania innowacji społecznych jest to, co już wiele razy wspomniane zostało w tej publikacji – proces, który często nie dzieje się liniowo, ponieważ wiele etapów może odbywać się w tym samym czasie, a w rzeczywistości ostatnia faza staje się fazą zerową dla nowego cyklu powstawania innowacji społecznej.

Niech dobrym podsumowaniem naszej wspólnej drogi przez proces tworzenia innowacji społecznej będzie ironiczny przepis na porażkę od eksperta, Jarka Łojewskiego.



# ZDANIEM EKSPERTA

Jarek Łojewski, porażkolog

## Jak skutecznie zabić swój pomysł w pięciu prostych krokach?



### 1. Nie mówi o nim NIKOMU!

Chowaj swój pomysł pod kocem lub w dwutonowym sejfie. Niech nikt go nie zobaczy, bo jeszcze go skrytykuje, powie, że nie odpowiada rzeczywistym potrzebom, czy wręcz nikomu nie jest potrzebny. Po co Ci takie opinie? Przecież Ty wiesz najlepiej, co jest innym potrzebne!

A co gorsze, jak o tym opowiesz, to ktoś może Twój pomysł UKRAŚĆ! I co wtedy? Użyje go jako swojego, nie zważając na to, że to Ty go najlepiej przemyślałeś(-aś), najwięcej wiesz na jego temat, jesteś już zaawansowany(-a) z pracą nad nim.

### 2. Pracuj nad nim, aż będzie IDEALNY!

Bo po co pokazywać światu nieidealne pomysły? Będą się z Ciebie śmiali, wytykali palcami, komentowali, co tam im się nie podoba. A może – co gorsza – nie będą używali wielu rzeczy z Twojego idealnego pomysłu? Co z tego, że nie są im potrzebne – przecież spędziłaś(-eś) nad nim tyle czasu i poświęciłaś(-eś) na to tyle środków, że muszą go używać! Narzekają, że brakuje innych, potrzebnych rzeczy? Oj tam, jak pozyskasz nowe zasoby (bo dotychczasowe zużyłaś(-eś) do końca na swój idealny pomysł), to wtedy może się coś dorobi...

A w ogóle to przemyśl i analizuj każdy szczegół tak długo, jak będzie to potrzebne. Niech Ci nie przeszkodzi upływający czas, ani kończące się środki – przecież WSZYSTKO musi być IDEALNIE!

# ZDANIEM EKSPERTA

## **3. Trzymaj się ściśle ustalonej ścieżki i ODRZUCAJ ZMIANY**

Zmiany to samo zło! Nieważne, że przyjaciele czy fachowcy doradzają Ci zmianę. Nie słuchaj ich, a najlepiej nawet z nimi o tym nie rozmawiaj (patrz pkt. 1). Przecież to Ty wiesz, jak to ma wyglądać i nie będziesz zmieniać Twojego pomysłu. Oni się nie znają. Nie wiedzą tego co Ty! Z jakiego więc powodu masz ich słuchać? Lepiej robić swoje, nie oglądając się na (ha, ha..) fachowców.

## **4. Niech Ci się WYDAJE, że Twój pomysł jest rozwiązaniem jakiegoś problemu**

Szkoda czasu na badania, wywiady czy googlanie. Wiesz przecież, że problem, który chcesz rozwiązać, mają przynajmniej trzy osoby na świecie: Ty, Twój szwagier i ten gościu z wywiadu w Internecie. Na pewno z czymś podobnym ma problem również mnóstwo innych osób. Nie musisz więc szukać żadnych badań na ten temat, robić ankiety wśród potencjalnych użytkowników, badać ich rzeczywistych potrzeb, czy poszukać danych, pokazujących rzeczywistą skalę problemu. „Wydajesię” jest przecież dla Ciebie wystarczającą miarą.

Co więcej, problem, którym się zajmujesz, ma proste i oczywiste rozwiązanie, TWOJE rozwiązanie, które wszyscy od razu „kupią” i będą chcieli z niego korzystać. Reklama jest w związku z tym zbędna – wystarczy „marketing szeptany” i profil na Instagramie.



# ZDANIEM EKSPERTA

## 5. Stwórz produkt DLA KAŻDEGO

Po co masz się ograniczać? Po co masz szukać określonego klienta, robić jakieś persony, czy zastanawiać się, gdzie możesz znaleźć odbiorców Twojego idealnego pomysłu i jak do nich dotrzeć!

Możesz przecież stworzyć produkt czy usługę dla każdego! A każdego nie musisz szukać, bo każdego znajdziesz wszędzie! I rozwiązuje się też w ten sposób kwestia dotarcia do odbiorców bo wiesz, gdzie są – wszędzie! To takie proste!

Życzę Wam udanych porażek, które sobie zagwarantujecie korzystając z powyższych porad. Dzięki temu będziemy mieli o czym pisać na łamach strony [dobraporazka.pl](http://dobraporazka.pl)!



# Trendy i przyszłość

Innowacje społeczne odgrywają kluczową rolę zarówno w debatach akademickich, jak i na arenie międzynarodowej. Innowacje społeczne nabrały rozmachu jako praktyczne rozwiązanie do ujarzmiania i wskazywania kierunków licznych problemów społecznych, politycznych, wyzwań gospodarczych i środowiskowych. Wyzwania, przed którymi staną społeczeństwa w nadchodzących latach, dają mnóstwo możliwości – zmiany dotyczyć będą zarówno rynków lokalnych, jak i globalnych. Żyjemy w bardzo niepewnych czasach, w których innowacyjność staje się kluczową dźwignią wspierającą wzrost społeczny i gospodarczy. Potrzebujemy innowacyjnych rozwiązań, które mogą być wdrażane przez całe społeczeństwo.

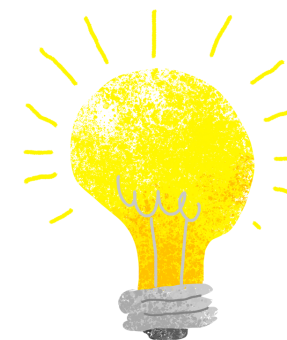
Według raportu **Social Innovation Academy** (*Social Innovation Academy, Social Innovation Trends 2020-2030, The next decade of social innovation*) **obszary, w których będziemy szczególnie szukać innowacji**, to: sztuczna inteligencja, cyfrowe innowacje społeczne, dane społeczne, e-demokracja, e-zdrowie, inteligentne miasto, zdrowie, zmniejszenie odpadów z tworzyw sztucznych, zmiana wizerunku mody, zmiana wzorców konsumpcji, zmiana zachowań, wydłużenie cyklu życia produktów, udostępnianie usług i produktów, inkluzywność, zmniejszenie śladu środowiskowego, starzenie, bezpieczeństwo żywnościowe, migracja i uchodźcy, mobilność, energia odnawialna, rozwiązania zdrowotne dla chorób, zmiana klimatu, mieszkania prowadzone przez społeczność, wykształcenie i umiejętności.

By dobrze działać globalnie, zmiana powinna być zainicjowana lokalnie. Dlatego też jesteśmy przekonane, że wszystkie wymienione trendy będą obecne także w Gdańsku (jak i innych miastach). A od nas, innowatorów i innowatorek, oraz wszelkich stron zaangażowanych zależeć będzie to, jakie zmiany wprowadzimy.

# Gdańskie Innowacje Społeczne

Na kolejnych stronach znajdują się opisy Gdańskich Innowacji Społecznych, które zrealizowane zostały w Gdańsku, dzięki udziałowi w INNaczej. Serdecznie dziękujemy wszystkim innowatorom i innowatorkom za odpowiedzi na pytania, które znalazły się w tej publikacji i pokazały także tę praktyczną stronę procesu.





# INNOWACJA

## Niezwykły Pies Benio, Dominika Steciak Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 2

Celem projektu było wydanie książki „Niezwykły Pies Benio” dla dzieci chorych na cukrzycę typu 1. Książka we wzruszający i ciekawy dla dzieci sposób opowiada o tym, jak Benio dowiaduje się, że zachorował na cukrzycę typu 1 i jakie emocje mu towarzyszą. Książka stanowi wsparcie i pomaga oswoić dziecko i rodziców z tematem choroby oraz czekających je nieodwracalnych zmian. Celem publikacji jest również edukacja społeczna w zakresie cukrzycy typu 1.



Książka w przystępny sposób uczy, jakie objawy wywołuje cukrzyca typu 1 i z czym wiąże się codzienne życie z tą chorobą. Wraz z zeszytem ćwiczeń z dodatkowymi materiałami jest wykorzystywana przez rodziców, nauczycieli(-ki) czy edukatorów(-ki) do prowadzenia edukacji na temat cukrzycy w szkołach czy przedszkolach.

W ramach akcji „Benio wkracza na oddziały” w 2020 r. na oddziały diabetologiczne trafiły bezpłatne zestawy książek „Niezwykły Pies Benio” wraz z maskotkami.

Książka została objęta honorowym patronatem Sekcji Pediatrycznej Polskiego Towarzystwa Diabetologicznego.



# INNOWACJA

Pakuję do Swojego, Alicja Żarkiewicz

Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 2.



Zachęca do zastąpienia jednorazowych opakowań takimi, które można używać wielokrotnie. Pozwala to na zmniejszenie ilości plastiku podczas robienia zakupów. Poprzez pokazanie różnych rozwiązań przełamuje opór niewiedzy i to, że wielorazowe alternatywy są nie tylko ładne, użyteczne, wygodne, ale także bezpieczne.

Projekt zwraca uwagę na kwestie środowiskowe, ale także na negatywny wpływ plastiku na nasze zdrowie. Dlatego poza prowadzeniem warsztatów, na których można stworzyć wielorazowe opakowania na żywność, poszerzony został o prowadzenie wykładów i webinarów.

W warsztatach i wykładach wzięły udział setki osób, które dowiedziały się o wielorazowych zamiennikach i szkodliwości plastikowych opakowań. Co roku, od 2018 roku, prowadzone jest edukacyjne wydarzenie w ramach akcji „Lipiec bez plastiku”. W dzielnicy Siedlce odbyły się 4 edycje projektu, w ramach których prowadzono warsztaty, wykłady, konkurs w szkole, spotkania, rozdawano woreczki na zakupy, a także broszury na temat szkodliwości plastiku, a dzielnicowy warzywniak otrzymał zestaw wielorazowych woreczków i toreb na zakupy, które można wypożyczać.



# INNOWACJA

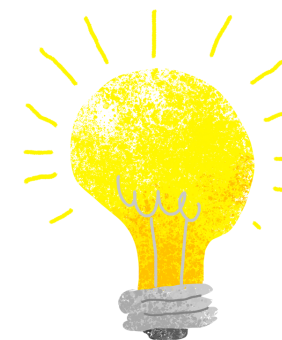
## Kolory, Agata Potrykus-Jodel Wsparcie merytoryczne, Edycja 3

Pierwotnie projekt zakładał zajęcia grupowe dla dzieci. Cel był dwojaki: po pierwsze profilaktyka i wczesne wyłapywanie ewentualnych wyzwań, po drugie aby na tych zajęciach byli ojcowie. Niestety pandemia zweryfikowała założenia i całkowicie zmieniła plan.

Innowatorka wpadła na pomysł napisania e-booka ze zbiorem zabaw i aktywności, który jest wsparciem dla rodziców właśnie w dobie pandemii.

Dodatkowo e-book jest także wsparciem dla terapeutów(-ek). Często się zdarza, że pracują w różnych miejscach, mają swoje zdolności terapeutyczne, ale nie zawsze jest czas na przeorganizowanie zajęć – trzeba mieć to wszystko wcześniej zaplanowane.

*Chciałam, żeby to była pomoc kreatywna, ale też poukładała aktywności w plan tematyczny. No i tak się zadziało. Nie dostałam grantu, ale dostałam wsparcie merytoryczne, które niesamowicie mi pomogło i mnie wsparło. I czuje się wygrana.*





# INNOWACJA

## W kręgu NARODZIN, Kalina Nowogórska Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 3

Narzędzie do holistycznego wsparcia kobiet w ciąży i w połogu. Zakłada wzmocnienie powstawania relacji w dwóch obszarach – pomiędzy przyszłymi mamami w ciąży, a potem we wczesnym rodzicielstwie oraz pomiędzy mamą i dzieckiem.

W ramach projektu powstał Krąg kobiet w ciąży prowadzony i moderowany przez doułę, czyli cykl spotkań, na którym kobiety mogły popracować ze swoimi emocjami i potrzebami związanymi z ciążą, porodem, połogiem i rodzicielstwem, dzielić się doświadczeniem, a jednocześnie uzyskać dawkę merytorycznej wiedzy i wsparcia.

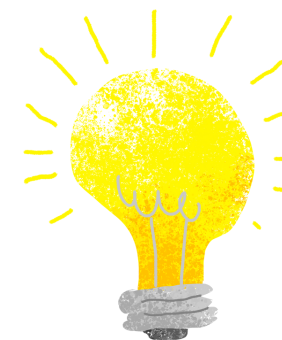
Zmiana, która się zadziała, to komfort większy niż ten statystyczny w początkach rodzicielstwa. Jest to doświadczenie nie zawsze wesołe, często obarczone trudnymi stanami emocjonalnymi kobiet. Dzięki silnemu wsparciu społecznemu, jakim obdarzyły się kobiety, w projekcie powstała komfortowa przestrzeń. Uczestniczki nadal są ze sobą w stałym kontakcie, spotykają się i naprawdę wspierają.



# INNOWACJA

emiGRACJE, Agata Gregorkiewicz

Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 3.



Projekt dedykowany mieszkającym w Trójmieście cudzoziemkom oraz Polkom z doświadczeniem migracyjnym. Obydwie te grupy muszą odnaleźć się w nowej rzeczywistości, co często związane jest z poczuciem wyizolowania i samotności.

Projekt składał się z cyklu cotygodniowych spotkań, podczas których budowana była społeczność i praca nad integracją grupy.

Głównym medium, które zostało użyte w trakcie spotkań, był taniec i ruch – doskonałe narzędzia nawiązywania relacji międzyludzkich oraz odkrywania siebie samego.

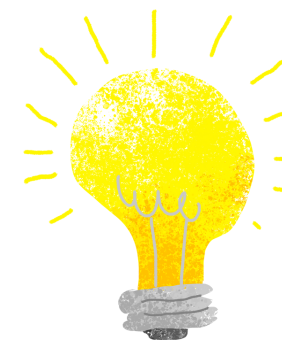
Ciało, taniec, ruchu i medytacja stały się medium do pozawerbalnej komunikacji. Pomogły tym samym w zintegrowaniu zróżnicowanej językowo i kulturowo grupy.



# INNOWACJA

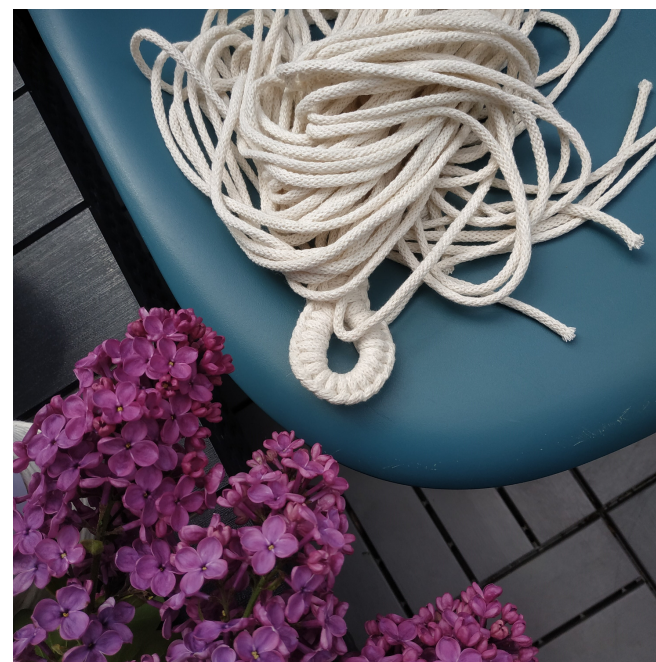
Włóczkowe więzi, Martyna Nagórska

Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 4



Projekt polega na ratowaniu przed wysypiskiem lub zapomnieniem w czeluściach szaf i pawlaczy materiałów pasmanteryjnych: tkanin, dzianin, włóczek, guzików, tasiemek, a także narzędzi takich jak maszyny do szycia, szydełka czy druty. Pasmanteryjne skarby pozyskiwane są głównie od trzech grup: firm, które szyją i zostają im resztki; osób prywatnych, które sprzątają mieszkania po swoich bliskich; innych rękodzielników i rękodzielniczek.

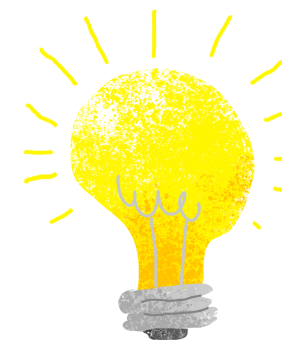
Początkowo pomysł zakładał stworzenie sąsiedzkiej otwartej pracowni krawieckiej. Jednak pandemia wymogła zmianę planów. Pomysł po prostu rozwinął się w inny sposób! Przede wszystkim pojawiło się wiele nowych możliwości oraz osób. Innowatorki udostępniły maszyny do szycia i materiały do Domu Sąsiedzkiego Jaškowa 7, który uruchomił z ich pomocą darmowe kursy szycia na maszynie. Włóczki i wełny trafiają do podopiecznych z Warsztatów Terapii Zajęciowej na ul. Batorego. Tkaninami, dzianinami i tasiemkami wspierają pracownię krawiecką ze Szkoły Podstawowej nr 27. Firankami dzielą się z dziewczynami z Pracowni MAMYWENE i szyją z nich woreczki na zakupy.





# INNOWACJA

## PLONY, Michalina Jasińska i Agata Biernacik Wsparcie merytoryczne oraz finansowe, Edycja 4



Innowatorki stworzyły ogród miejski na terenach postoczniovych. Miejsce, w którym udostępniły mieszkańcom i mieszkankom Gdańska możliwość uprawy własnych warzyw, a także wiedzę, wszystkie potrzebne narzędzia, starając się ich maksymalnie motywować i aktywizować.

Przez cały sezon funkcjonowania prowadziły różne wydarzenia: wykłady, warsztaty, zajęcia jogi, wspólne dzielenie się jedzeniem, czyli food sharing w postaci codziennych śniadań, a na koniec dożynki, jak to przystało na zbiór plonów!

PLONY, to przestrzeń, w której każda osoba była mile widziana, każdy mógł przyjść i wymieniać się swoją wiedzą, a także doświadczeniem w zakresie nie tylko upraw, ale też obszarów okołoeologicznych. Innowatorki zachęciły i zaprosiły do siebie ludzi w przeróżnym wieku: dorosłych i dzieci, którzy opiekowali się swoimi uprawami, osoby starsze i całe rodziny. Efekt? Zawiązanie się społeczności wokół ogrodu.



Droga Czytelniczko, Drogi Czytelniku!

Mamy nadzieję, że nasza wspólna droga przez projektowanie innowacji społecznych była dla Ciebie inspirująca. Staraliśmy się pokazać najważniejsze aspekty tej ścieżki, ale także wskazać przykłady i możliwości. Przede wszystkim pokazać, jak zacząć i zachęcić Cię do wejścia na ścieżkę innowacji. Mamy nadzieję, że udało nam się przekonać Cię do tego, że innowacje społeczne mogą być tworzone przez każdą i każdego z Was. Oczywiście wymagają zaangażowania, czasu, cierpliwości i motywacji, ale jeżeli Twój wewnętrzny imperatyw podpowiada Ci, że „coś trzeba zmienić”, „coś trzeba z tym zrobić”, to jest to dobry znak, mówiący o tym, że może warto pójść za tym głosem. Być może droga nie będzie prosta, może się okazać, że Twój pomysł się zmieni, na pewno pojawią się wyzwania, ale jeżeli będziesz gotowa(-y) się ich podjąć, by zmienić swój kawałek świata, to dzięki takim programom jak INNaczej, wspierającym innowacje społeczne, jest to możliwe. Działanie społeczne, realizacja własnych inicjatyw, świadomość wpływu społecznego daje ogrom satysfakcji i przywraca wiarę w drugiego człowieka i współczesny świat. Przekonaj się o tym, podejmując się własnych działań i zacznij tworzyć swoją innowację społeczną.

My tymczasem oddając Ci w ręce ten e-book już planujemy kolejne działania i na pewno możesz spodziewać się dalszego rozwoju gdańskich innowacji społecznych.

# Dziękujemy!

Serdeczne podziękowania kierujemy do **Wydziału Rozwoju Społecznego Urzędu Miejskiego w Gdańsku** – przede wszystkim za zaufanie, otwartość, gotowość do współpracy i długie rozmowy o tym, jak powinniśmy wspólnie działać i wspierać innowacje społeczne.

Jednocześnie bardzo dziękujemy **Fundacji Inicjowania Rozwoju UP Foundation** za wzięcie na swoje barki trudnej i odpowiedzialnej roli Operatora Programu. Dzięki zaangażowaniu zespołu Fundacji, elastyczności, a przede wszystkim doświadczeniu we wspieraniu inicjatyw społecznych możliwe jest realizowanie Programu w takim wymiarze, a także jego systematyczny rozwój.

Program INNaczej to projekt międzysektorowy. **To dzięki Wam** – Partnerom biznesowym, publicznymi i pozarządowym, mentorom i mentorkom, ekspertom i ekspertkom możliwa jest tak wysoka i kompleksowa jakość Programu, udostępnianie narzędzi innowatorkom i innowatorom i codzienne wsparcie. Dziękujemy!

Jednakże naszą największą inspiracją do stworzenia tej publikacji oraz działania Programu INNaczej jesteście **WY – gdańskie innowatorki i gdańscy innowatorzy społeczni** i to do Was szczególnie kierujemy serdeczne podziękowania za to, że motywujecie nas do modyfikowania Programu INNaczej, że pomagacie nam zrozumieć mechanizmy powstawania innowacji społecznych, za to, że każdego dnia poprzez swoje pomysły, działania i przemyślenia, pokazujecie, że warto tworzyć Program Gdańskich Innowacji Społecznych INNaczej i wspierać rozwój innowacji społecznych.

Autorki

Gdańsk 2022