

Zaprojektuj partnerstwo

design thinking,
narzędzia i przykłady
rozwiązań

Spis treści

Idea e-booka	3	4. Rozwiązanie	28
Fundusz Inicjowania Rozwoju	4	Wprowadzenie	28
Zaangażowanie społeczne biznesu	5	Studium przypadku: Sklep charytatywny LukLuk	29
Innowacje międzysektorowe krok po kroku	6	Studium przypadku: Festiwal Wrażliwy	30
1. Odkrywanie	7	Narzędzie: Punkty widzenia	31
Wprowadzenie	7	Narzędzie: Selekcja pomysłów	32
Studium przypadku: Caffè Aktywni	9	5. Testowanie	35
Studium przypadku: Razem na rynek pracy Kobiety Wędrownie	10	Wprowadzenie	35
Narzędzie: Plansza wiedzy i niewiedzy	11	Studium przypadku: Zeroban	36
Narzędzie: Persona projektowa	13	Studium przypadku: Tczewscy Kurierzy Rowerowi	37
2. Partnerstwo międzysektorowe	15	Narzędzie: Karta prototypu	38
Wprowadzenie	15	6. Wdrożenie	41
Studium przypadku: Teatr dziecięcy JANTARK	16	Wprowadzenie	41
Studium przypadku: eMOCja Holistyczne Centrum Wsparcia po Stracie	17	Studium przypadku: Browar Spółdzielczy – Kooperatywa, która warzy więcej	43
Narzędzie: Kanwa zespołu	18	Narzędzie: Mapa usługi	44
3. Wizja/cel	21	Podsumowanie	47
Wprowadzenie	21	Podziękowania	48
Studium przypadku: Festiwal Druku 3D – 3D3MIASTO	22	Partnerzy	49
Studium przypadku: Szybie z sercem	23	Pozostałe inicjatywy dofinansowane w ramach Funduszu Inicjowania Rozwoju	50
Narzędzie: Historia z okładki	24	Baza narzędzi	69

Idea e-booka

Publikacją, którą masz przed sobą, świętujemy 10 lat budowania współpracy międzysektorowej na rzecz zmiany społecznej i zrównoważonego rozwoju. Na kolejnych stronach znajdziesz liczne przykłady inicjatyw, które dzięki zaangażowaniu Forum Inicjowania Rozwoju, czyli pomorskiego partnerstwa biznesu, instytucji publicznych i organizacji pozarządowych, otrzymały wsparcie merytoryczne i finansowe w ramach Funduszu Inicjowania Rozwoju i mogły wykiełkować, a obecnie pomnażają zasiane ziarno w formie wymiernych efektów.

Dzisiejszy dynamicznie zmieniający się świat jest pełen wyzwań. Czujemy motywację do dzielenia się naszą wiedzą, doświadczeniem i dobrymi praktykami, aby skutecznie i na szeroką skalę rozwiązywać problemy.

Pomyśleliśmy zatem, że 10 lat doświadczeń i liczba rozwiniętych projektów są dobrym pretekstem, aby podzielić się naszymi historiami. Jednocześnie wiemy, jak ważne we wdrażaniu innowacji międzysektorowych są odpowiednie podejście, metodyka i narzędzia. Dlatego postanowiliśmy

połączyć te dwa aspekty. Do naszych doświadczeń dodajemy kilka praktycznych narzędzi – ćwiczeń, które możecie wykorzystać, pracując nad swoimi rozwiązaniami.

W tym e-booku przeprowadzimy cię przez poszczególne etapy pracy nad pomysłem: począwszy od odkrywania, przez budowanie partnerstw, określenie wizji, generowanie rozwiązań, prototypowanie i testowanie, a na wdrożeniu skończywszy. W każdej sekcji znajdziesz wypowiedzi ekspertów, opis zrealizowanych inicjatyw, pomocne narzędzia oraz kilka dodatkowych wskazówek.

Zachęcamy cię do przeczytania publikacji od początku do końca. Z powodzeniem możesz z niej także korzystać, czytając wybrane sekcje. Każda z nich stanowi bowiem zamkniętą całość.

Życzymy ci nie tylko przyjemnej, lecz przede wszystkim inspirującej i praktycznej lektury.

POTRZEBY

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

WDROŻENIE

PODSUMOWANIE

Fundusz Inicjowania Rozwoju



Kiedy 10 lat temu rozpoczynaliśmy razem tę wyjątkową podróż, tworząc Forum Inicjowania Rozwoju, nie wiedzieliśmy jeszcze, czy idea współpracy międzysektorowej przyjmie się na Pomorzu, ale byliśmy przekonani, że współpraca i partnerstwo to przyszłość i że warto zmierzyć się z tym wyzwaniem. Dziś mamy pewność, że to był ważny i potrzebny krok.

Często, odpowiadając na pytania dotyczące naszych działań, mówię, że „zbudowaliśmy partnerstwo biznesu, organizacji pozarządowych i instytucji publicznych”. Ale co to tak naprawdę znaczy? Po 10 latach weryfikacji misji i celów, a także sposobów naszego działania, odpowiedziałam sobie na to pytanie tak naprawdę niedawno.

Otóż zbudowaliśmy sieć zaangażowanych liderów, którym zależy. Forum Inicjowania Rozwoju to właśnie ci liderzy, którzy przychodząc z różnych światów, solidarnie podejmują wspólne wyzwania. To oni dzielą się swoim czasem i doświadczeniem. To oni włączyli w tę zmianę reprezentowane przez siebie

firmy i organizacje. Dzięki nim możemy wspierać realizację ważnych celów i razem zmieniać świat. To dzięki zaangażowaniu pomorskich firm i instytucji powstał Fundusz Inicjowania Rozwoju, którego misją jest wprowadzanie zmiany społecznej poprzez siłę partnerstwa międzysektorowego.

Na czym zatem polega jego wyjątkowość? To pierwszy taki fundusz, którego inicjatorzy i inwestorzy pochodzą z trzech sektorów, a wiodącym inwestorem jest biznes. **To pierwszy fundusz w Polsce tworzony jednocześnie przez wiele firm stawiających na pierwszym miejscu współpracę, a nie swój jednostkowy interes.** Przedsiębiorstwa te oddają swój kapitał w zarządzanie organizacji pozarządowej, co jest dodatkowo wyrazem ogromnego zaufania. Dzięki temu budujemy inicjatywę, opierając się na zaufaniu do kompetencji drzemących w każdym z sektorów.

Wierzymy, że na zaangażowanie ma wpływ autentyczny przykład. Dlatego partnerstwa międzysektorowego uczymy, sami tworząc realne, silne partnerstwo. Ponad inwestycję finansową stawiamy edukację i wymianę doświadczeń. Są one kluczowym elementem

POTRZEBY

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

WDROŻENIE

PODSUMOWANIE

procesu rozwoju inicjatyw międzysektorowych w ramach Funduszu.

Dzięki temu razem przyczyniliśmy się do powstania 30 inicjatyw realizowanych przez partnerstwa międzysektorowe. Z roku na rok widzimy, jak te inicjatywy mnożą dobro. Rozwijając dotychczasowe przedsięwzięcia i tworząc nowe, wprowadzają realną zmianę. Wierzymy, że te 10 lat to preludium

do tego, co może się wydarzyć, jeśli dołączą do nas kolejni liderzy i reprezentowane przez nich organizacje i odważnie powiedzą „tak” idei partnerstwa.

Zapraszamy cię! Dołącz do nas i stań się częścią zmiany! **#zmieniam**

#tworzę

#inspiruję

Monika Hinc, Prezeska Fundacji Inicjowania Rozwoju „UP FOUNDATION”

Zaangażowanie społeczne biznesu

”

Jako firma z trzydziestoletnią już historią, która od samego początku ze swoją centralą rozwija się na Pomorzu, z rosnącym entuzjazmem wspieraliśmy projekty realizowane przez Forum Inicjowania Rozwoju. To pierwsza i jedyna inicjatywa w Trójmieście, która skupia szerokie grono zarówno większych, jak i mniejszych przedstawicieli biznesu, administracji różnego szczebla oraz organizacji pozarządowych. Organizowane cyklicznie konferencje były okazją do wzajemnego poznawania się, uczenia oraz nawiązywania długofalowych kontaktów, które niejednokrotnie przyczyniły się do realizacji wspólnych projektów. Naturalną

konsekwencją tych spotkań, wymiany myśli, wzajemnego inspirowania się do poszukiwania nowych rozwiązań i pomysłów na innowacyjne projekty było powołanie Funduszu Inicjowania Rozwoju, który cyklicznie przyznaje granty na najbardziej wartościowe inicjatywy. Z ogromną przyjemnością współfinansujemy działania, które dzięki temu mają szansę zaistnieć na rynku i wpływać na realną zmianę społeczną. Nagradzane projekty są często kierowane do grup, które od lat wspieramy w naszej aktywności społecznej, dlatego tym bardziej cieszymy się, że wspólnymi siłami możemy osiągnąć efekt synergii.

Patrycja Zbytńska, LPP SA
Sławomir Rankowski, LPP SA

POTRZEBY

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

WDROŻENIE

PODSUMOWANIE

Innowacje międzysektorowe krok po kroku

Wspierając pracę nad innowacjami, korzystamy z procesów projektowych stawiających w centrum człowieka (*human centered design*), m.in. *design thinking* czy też *service design*.

Przechodząc przez poszczególne etapy pracy, innowatorzy:

1 odkrywają potrzeby odbiorców oraz kontekst, w jakim chcą podjąć interwencję

2 budują partnerstwa

3 określają wizję

4 generują rozwiązania

5 prototypują i testują swoje koncepcje

6 wdrażają rozwiązania

Równie ważny jak sama koncepcja jest sposób, w jaki ją opracowujemy. Projektując, przede wszystkim **bazujemy na pracy w interdyscyplinarnym, międzysektorowym zespole**. Dajemy sobie także **przestrzeń na popełnianie błędów** tak długo, jak tylko umiemy wyciągać z nich wnioski. Bliska jest nam także **iteracyjność**, tzn. danie sobie przyzwolenia na zrobienie kroku, a nawet kilku kroków do tyłu, jeśli będziemy widzieć potrzebę ponownej analizy, opracowania dodatkowych pomysłów itp. Przede wszystkim jednak zawsze **pamiętamy o problemach i potrzebach wszystkich zaangażowanych w rozwiązanie**: zarówno tych, którzy są jego odbiorcami, jak i tych, którzy daną usługę będą świadczyć.

Nasz e-book to podróż przez poszczególne fazy procesu projektowego. Jego treści zostały przyporządkowane poszczególnym etapom pracy nad innowacją.

ETAP 1

Odkrywanie

Wprowadzenie

Odkrywanie to pierwszy etap prac projektowych. Jest często zaniedbywany, gdyż przywykliśmy do natychmiastowego przechodzenia do działania. Tymczasem **w naszym modelu pracy, zanim pojawi się pomysł, konieczne jest dogłębne zrozumienie jego odbiorców i kontekstu.** Dzięki temu niwelujemy ryzyko wypracowania interesujących koncepcji, które, choć ciekawe, nie są nikomu potrzebne.

Ten etap wymaga pokory i ciekawości, szczególnie gdy jesteśmy ekspertami w temacie, którego dotyczy podejmowane działanie. W jego trakcie nie tylko bowiem zbieramy i porządkujemy już posiadaną wiedzę, ale przede wszystkim zadajemy dziesiątki pytań.



Na tym etapie gromadzimy informacje dotyczące trzech aspektów:

Odbiorcy



Projektując, wychodzimy z założenia, że jedno rozwiązanie nie odpowie na potrzeby wszystkich. Pomysły przeznaczone dla wszystkich na ogół nie zaspokajają w pełni niczyich potrzeb. Dlatego tak ważne jest **wybranie grupy odbiorców i zrozumienie jej realnych oczekiwań i problemów.**

Otoczenie



Określamy **potencjalne szanse i zagrożenia dla realizacji tematu**, który chcemy podjąć. Wyciągamy lekcje z tego, co robili inni. Identyfikujemy potencjalnych partnerów. Analizujemy zmiany społeczne mające wpływ na zagadnienie, którym chcemy się zająć.

Nasza organizacja



Analizujemy **nasze motywacje i identyfikujemy cele**, ponieważ dobre rozwiązania to takie, które równocześnie odpowiadają na potrzeby odbiorców i pozwalają realizować cele organizacji.

Poznanie potrzeb odbiorców naszych działań to według nas etap, od którego bezwzględnie powinno się rozpoczynać pracę nad innowacją. W praktyce jednak zdarza się, że o tym, dla kogo projektujemy i po co, myślimy dopiero, gdy mamy gotowe rozwiązanie.

Tymczasem nie warto podejmować się projektowania innowacji bez poznania potrzeb osób, do których chcemy kierować nasz pomysł. Od wiedzy na ich temat zależą tak naprawdę zarówno cel, działania, jak i planowane efekty. Ich identyfikacja pozwala określić sytuację i motywację do jej zmiany, a w efekcie jak najlepsze dopasowanie naszej usługi czy produktu do odbiorcy, „uszyście ich na miarę”.

Planując innowację czy jakkolwiek inny projekt, warto więc odpowiedzieć sobie na pytania:

? Komu ona ma służyć i dlaczego?

Po co w ogóle chcę ją wdrożyć?

? Jaką sytuację chcę zmienić?

Czego potrzebują osoby, dla których chcemy projektować?

? W jakim stopniu dotychczasowe rozwiązania były niesatysfakcjonujące?



”

Organizując konkurs grantowy w ramach Funduszu Inicjowania Rozwoju, obserwujemy tendencję do zgłaszania do nas projektów, które autorowi czy autorce wydają się odkrywcze i niezwykle wartościowe. Na pierwszy rzut oka widać zaś, że dany pomysłodawca czy pomysłodawczyni nie zweryfikowali, czy pomysł jest potrzebny danej grupie docelowej i czy odpowiada na jej realne problemy. Brak wiedzy o odbiorcach utrudnia, a nawet uniemożliwia nam przygotowanie projektów, dzięki którym realnie poprawimy jakość życia tych, do których są one kierowane.

Dlatego jest to element, na który zwracamy uwagę wszystkim wnioskodawcom, nakłaniając ich do włożenia wysiłku w etap diagnozy i analizy potrzeb grupy docelowej. Chcemy uniknąć sytuacji, w której oferta jest narzucana przez innowatorów bez wcześniejszych rozmów z potencjalnymi odbiorcami. Lata doświadczeń pokazują bowiem, że takie działania rzadko kiedy spotykają się z zainteresowaniem.

Dostępne są różne metody weryfikowania potrzeb, a wiele z nich nie wymaga dużych środków finansowych, a jedynie zainwestowania trochę czasu i uważności. Warto zacząć od sprawdzenia już dostępnych rozwiązań,

przeszukać internet, sprawdzić, dlaczego dotychczasowe działania nie przyniosły rezultatów czy okazały się niewystarczające. Przede wszystkim powinniśmy zapytać potencjalnych odbiorców o potrzeby, a następnie zweryfikować, czy nasz pomysł pomoże rozwiązać ich problem, czy ułatwi, poprawi, zmieni w jakikolwiek sposób ich życie.

Wiedza o odbiorcach wpływa także na ekonomiczność naszego pomysłu zarówno pod kątem czasu i zasobów, jak i celowości planowanej innowacji. Wierzymy, że stanowi ona fundament dobrych projektów.

Natalia Siuda-Piotrowska, Fundacja Inicjowania Rozwoju, „UP FOUNDATION”

STUDIUM PRZYPADKU

Caffe Aktywni

Fundacja „Świat Wrażliwy”

Rok wsparcia inicjatywy: 2019

innowacja, różnorodność, inkluzja, otwartość, uważność

Caffe Aktywni to projekt skierowany przede wszystkim do młodych osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz seniorów. Jego celem było stworzenie przestrzeni bez barier, która umożliwi aktywizację społeczną i zawodową obydwu grup.

Autorki projektu, będące mamami młodych osób z niepełnosprawnością intelektualną, doskonale znają z autopsji ich potrzeby i problemy. Dostrzegły one m.in. potrzebę stworzenia przestrzeni, w której ich dzieci nie będą postrzegane przez pryzmat swoich niepełnosprawności, ale przez to, co potrafią, czego mogą się nauczyć, przez swój potencjał.

Inspiracją do zaangażowania w projekt seniorów było zaś otoczenie, w którym przyszło funkcjonować Fundacji. Lokal, który uzyskała organizacja, znajduje się w dzielnicy senioralnej. Szybko się

okazało, że również seniorzy borykają się z samotnością i poszukują form pożytecznego spędzania czasu, a także pragną dzielić się swoim doświadczeniem i umiejętnościami. W przypadku seniorów źródłem wiedzy o nich były m.in. rozmowy prowadzone podczas organizowanych wydarzeń. Na ich bazie wyróżniono dwie grupy: Seniora Aktywnego, który stał się Mentorem, oraz Seniora Potrzebującego, który znalazł w fundacji również inne formy pomocy, np. otwarte spotkania lokalne, grupy wsparcia, warsztaty rękodzieła i taneczne.

W wyniku podjętych działań powstało wyjątkowe miejsce spotkań, przyjaźni, socjalizowania i aktywizowania. Wypracowany model był wielokrotnie nagradzany m.in. na Berlin The Innovation In Politics Awards w 2019 roku czy też w 2020 roku w CEMEX-Tec Award.

Razem na rynek pracy Kobiety Wędrowne

Fundacja Kobiety Wędrowne

Rok wsparcia
inicjatywy: 2018

przedsiębiorczość imigrantek,
międzykulturowość,
solidarność

Celem inicjatywy była integracja społeczna, zawodowa i kulturowa mieszkających w Trójmieście imigrantek i uchodźczyń, poprzez wspieranie ich przedsiębiorczości i współpracę z kobietami z Polski.

Odbiorczyniami projektu były kobiety z różnych społeczności, mieszkające w Trójmieście imigrantki, uchodźczynie, repatriantki oraz grupa kobiet polskich: potrzebujące wsparcia mieszkanki lokalnych społeczności, seniorki, współpracowniczki i beneficjentki organizacji partnerskich.

Okazją do nawiązania kontaktu z osobami oraz grupami imigrantów, poznania ich potrzeb i problemów, z którymi się mierzą, był udział w pracach nad Modelem Integracji Imigrantów w Gdańsku. Fundacja prowadziła także badania nad społecznymi, edukacyjnymi i psychologicznymi aspektami migracji i uchodźstwa.

Sam pomysł był zaś wynikiem spotkań założycielek Fundacji z polskimi kobietami. W trakcie tych spotkań zrozumiały one, że szycie jest interesujące dla kobiet, niezależnie od nacji i kultury. Zrealizowały razem kilka projektów opartych na wspólnym szyciu i prezentacji jego efektów (np. pokaz mody czezeńskiej na otwarciu Europejskiego Centrum Solidarności).

Na bazie tych doświadczeń podjęta została decyzja, że wspólne szycie będzie metodą na zbliżenie się imigrantek i osób z Polski. Jednocześnie zauważono, że może to być

okazją do uczenia się przez imigrantki polskiej rzeczywistości i zbliżenia ich do rynku pracy.

Pomysł odpowiadał jednocześnie na rozmaite potrzeby zróżnicowanych społeczności i kulturowo mieszkańców miasta. Budowanie otwartych społeczności lokalnych zakłada stworzenie przestrzeni spotkania kultur i dialogu społecznego, które dadzą imigrantkom i uchodźczynom bezpieczne zatrudnienie na godnych i legalnych warunkach, będące zarazem okazją do podzielenia się swoją kulturą oraz budowania poczucia stabilności w nowej rzeczywistości. Mieszkanki lokalnych społeczności uzyskają z kolei dostęp do nieodpłatnej pomocy krawieckiej, która będzie wsparciem w zaspokojeniu potrzeb materialnych ich i ich rodzin. Możliwość sprzedaży wspólnie wytworzonych przedmiotów będzie zaś dla wszystkich uczestniczek szkołą przedsiębiorczości.

Zakupione ze środków Funduszu Inicjowania Rozwoju profesjonalne maszyny do szycia umożliwiły zaangażowanie w projekty w konkursach lokalnych, ogólnopolskich i międzynarodowych oraz realizację różnorodnych specjalistycznych zamówień.

Wdrożenie innowacyjnej formy integracji imigrantów w lokalnej społeczności, na podstawie ich własnych zasobów i potrzeb lokalnej społeczności, jest zgodne z polityką społeczną miasta Gdańska zawartą w Modelu Integracji Imigrantów i potrzebami zdiagnozowanymi w pracach nad Modelem.

NARZĘDZIE

Plansza wiedzy i niewiedzy

Wprowadzenie

Plansza wiedzy i niewiedzy to ćwiczenie proste w formie, lecz bogate w treść. Jego rzetelne wykonanie z jednej strony **minimalizuje ryzyko przeprowadzenia badań, które nie dostarczą nam nowej wiedzy**, z drugiej zwiększa szanse pozyskania ważnych dla nas informacji. Tym samym stanowi ono dobry punkt wyjścia do zaplanowania badań, dzięki którym pozyskamy niezbędne do realizacji projektu informacje.



Co wiemy?



Co wydaje nam się, że wiemy?



Czego nie wiemy, a powinniśmy?



Odbiorcy



Otoczenie



Nasza organizacja

Instrukcja

W ramach ćwiczenia odpowiadamy na trzy pytania. Najlepiej odpowiadać na pytania jedno po drugim. Za każdym razem warto zapewnić kilka minut na pracę indywidualną, tak aby uczestnicy spotkania odnotowali swoje przemyślenia przed zaprezentowaniem ich na forum.

Co wiemy?



W tym miejscu wypisujemy **wszystkie informacje, które mają swoje potwierdzenie w badaniach**: zarówno tych przeprowadzonych przez nas, jak i innych, do których mamy dostęp. Przy każdej informacji odnotowujemy jej źródło.

Co wydaje nam się, że wiemy?



Tu zapisujemy **nasze przypuszczenia**. Planując badanie, warto postarać się zdobyć informacje, które potwierdzą lub obalą nasze przypuszczenia.

Czego nie wiemy, a powinniśmy?



Notujemy **to, czego powinniśmy się dowiedzieć**, aby móc zaplanować nasze działania. Warto od razu zastanowić się, skąd daną informację możemy pozyskać.

Na każde pytanie odpowiadamy w trzech kontekstach:

Naszej organizacji



w odniesieniu do **planowanego zakresu działania** (uwzględniamy tu m.in. kwestie związane z naszymi zasobami, motywacją)

Otoczenia



(alternatywnych działań, ograniczeń, dostępnych zasobów)

Odbiorców



Wskazówki

Do uzupełnienia ćwiczenia warto zaprosić wszystkich członków zespołu. Dzięki temu macie szansę ujednoczyć waszą wiedzę oraz odkryć analizy, o których istnieniu nie wiedzieliście.

Przed rozpoczęciem pracy **zdefiniujcie temat, którym chcecie się zająć, i upewnijcie się, że wszyscy rozumiecie go w ten sam sposób**, np. wzrost dostępności przestrzeni publicznych; aktywizacja zawodowa młodzieży itp.

NARZĘDZIE

Persona projektowa

Wprowadzenie

Persona projektowa to jedno z najpopularniejszych narzędzi wykorzystywanych w procesach projektowych. Stanowi ono formę podsumowania informacji o odbiorcach, które zebraliśmy w ramach przeprowadzonych badań.



Kim jest?

Jakie ma problemy?

Jakie ma potrzeby?

Co sobie ceni?

Jak sobie obecnie radzi?

Jakie ma kompetencje?

Co ją motywuje?

Motto

Instrukcja

Na podstawie przeprowadzonych wywiadów uzupełnijcie szablon osoby. Jeśli uznacie za zasadne, możecie dodać inne aspekty lub ominąć niektóre z zaproponowanych. Kolorem różowym zostały oznaczone kwestie, które stanowią bazę każdej osoby.

kim jest

jakie ma problemy

jakie ma potrzeby

co sobie ceni

jak sobie obecnie radzi

jakie ma kompetencje

co ją motywuje

motto



Wskazówki

Jeśli uzupełniacie narzędzie, bazując jedynie na swoich wyobrażeniach, to jego efektem nie jest persona, ale **protopersona**. Persona powstaje w wyniku analizy materiału badawczego.

W ramach jednej inicjatywy przygotujcie osoby maksymalnie trzech odbiorców. Jeśli będziecie swoje działania projektowali dla zbyt wielu grup, trudno Wam będzie odpowiedzieć na ich potrzeby w satysfakcjonujący sposób.

Zakres informacji prezentowany w osobie dopasujcie do projektu. Kluczowe jest, aby były one ważne z punktu widzenia realizowanego projektu.

Dodanie zdjęcia do osoby ułatwia nam utożsamianie się z nią.

ETAP 2

Partnerstwo międzysektorowe

Wprowadzenie

Jednym z fundamentów procesu projektowego jest praca w interdyscyplinarnym zespole. Partnerstwa międzysektorowe odmiennieść perspektyw mają wpisana w swoje DNA. Choć praca w różnorodnym gronie często jest zdecydowanie trudniejsza niż samodzielne planowanie działań, to jej efekty są tego warte. Dzięki niej możliwe jest m.in.:

czierpanie z doświadczeń na wielu polach

efektywne transferowanie rozwiązań i wiedzy z jednego obszaru na zupełnie inny

wspólne wyciąganie lekcji z niepowodzeń i sukcesów, jakie były udziałem poszczególnych partnerów

Wiedza ekspercka nie wystarczy, aby mówić o interdyscyplinarnym zespole. Konieczna jest także otwartość na innych i chęć wykorzystywania ich potencjału. Partnerstwa nie mogą więc

być przypadkowe, a ich zaplanowanie stanowi jeden z istotniejszych kroków w pracy projektowej.

”

Podstawą działania partnerstwa jest jego autentyczność. Ważne, by lider projektu był prawdziwym przywódcą, a partnerzy angażowali się w proces tworzenia projektu od samego początku, z dobrze podzielonymi odpowiedzialnościami i kompetencjami. Dlatego tak istotna jest, przy wspólnym budowaniu i rozwijaniu projektu, dbałość o „zakotwiczenie się” zespołu projektowego i o relacje między jego członkami – konkretna wizja rozumiana w ten sam sposób przez wszystkich współpracujących, integracja i poczucie „grania do jednej bramki”. Między partnerami powinna zaistnieć „chemia”, która również pozwoli na wspólne poszukiwanie rozwiązań, gdy pojawią się wyzwania w projekcie. Do tego potrzebne są wzajemne: rozumienie specyfiki funkcjonowania, postawa partnerska, rzetelna informacja zwrotna oraz wiedza techniczna dotycząca budowania takich

partnerstw (inicjowanie, zaangażowanie, mobilizowanie zasobów, nadanie struktury, zarządzanie, ewaluacja, rozwój, zakończenie współpracy). W Funduszu Inicjowania Rozwoju staramy się badać autentyczność takich partnerstw już na etapie składania wniosków konkursowych poprzez zadanie kilku

pytań o role poszczególnych sektorów w projekcie, ich zadania i odpowiedzialności. Potem wspieramy proces tworzenia się tego zespołu, zwracając uwagę na zaangażowanie każdej ze stron.

Aleksandra Wołodko,
PeRSpective CSR, „UP FOUNDATION”

STUDIUM PRZYPADKU

Teatr dziecięcy JANTARK

Stowarzyszenie Przyjaciół Szkoły w Miszewie

radość, synergia,
kaszubski

W ramach inicjatywy w małej szkole wiejskiej w Miszewie powstał teatr złożony z dzieci napływowych i mieszkańców Kaszub.

Inicjatywa miała dać możliwość integracji dzieci napływowych z dziećmi lokalnymi.

Działania aktorskie zostały wykorzystane jako sposoby na wprowadzenie w kulturę i język kaszubski. Teatr nie tylko podbił serca lokalnych mieszkańców, lecz także zdobył wiele nagród, m.in. na Międzynarodowym Festiwalu Teatrów Dziecięcych w Sopocie czy też w projekcie Narodowego Centrum Kultury „Odkryj swój skarb”.

Projekt realizowany jest w partnerstwie ze Szkołą Podstawową im. Jana Trepczyka w Miszewie. Odgrywa ona istotną rolę w pozyskiwaniu młodych aktorów do współpracy. Zapewniając miejsce spotkań, stała się „domem” teatru. Teatr wspierają zarówno instytucje samorządowe, organizacje poza-

rządowe, jak i sektor prywatny. Prowadzący teatr od początku swojej działalności spotykają się z pozytywnym odzewem lokalnych firm, które chętnie angażują się w działania na rzecz dzieci.

Jak podkreślają autorzy inicjatywy, **w nawiązywaniu dialogu pomagają przede wszystkim otwarta postawa i chęć pomocy płynąca od każdego z partnerów.** Istotne jest także wspólne zrozumienie projektu i przyświecającej mu idei. Poza samym wsparciem oferowanym przez partnerów wartością jest też możliwość spojrzenia na pojawiające się problemy z różnej perspektywy i wspólne wypracowanie rozwiązania.

W najbliższym czasie planowane jest stworzenie cyklu filmów „Bursztyn bałtycki, czy wiesz, że...” dotyczących wiedzy o bursztynie. Ich odbiorcy to dzieci i nauczyciele w całej Polsce.

Rok wsparcia
inicjatywy: 2018

eMOCja Holistyczne Centrum Wsparcia po Stracie

Hospicjum Pomorze Dzieciom

W ciągu ostatnich dwóch lat Fundacja Hospicjum Pomorze Dzieciom zrealizowała innowacyjny na skalę kraju projekt: Holistyczne Centrum Wsparcia po Stracie eMOCja. Pod potrzeby Centrum zaadaptowano i wyremontowano stary komisariat policji w Gdańsku. Powstała przestrzeń do przygotowania się do śmierci i przeżywania żałoby również dla dzieci oraz par w ciąży w hospicjum perinatalnym.

Projekt zapewnia zwiększenie dostępności usług fachowej opieki psychologicznej dla nieuleczalnie chorych osób, osób po śmierci bliskich, również dla dzieci i młodzieży.

W tak trudnym doświadczeniu niezwykle cenna jest indywidualna opieka psychologa, osoby duchownej (zarówno w czasie choroby, jak i w żałobie), grupy wsparcia, a także rozmaite formy pracy z ciałem, takie jak masaże relaksacyjne, warsztaty poświęcone medytacji oraz relaksacji, rehabilitacja czy konsultacje z dietetykiem.

W realizację projektu zaangażowali się przedstawiciele trzech sektorów. Partnerzy zapewniaли wsparcie finansowe, służyli także pomocą w ramach wolontariatu pracowniczego.

Współpraca międzysektorowa zapewniała dywersyfikację środków, co pomimo pandemii zwiększało szansę ukończenia remontu i procesu adaptacyjnego w terminie. Zaangażowanie licznych środowisk przyczyniło się także do rozwoju świadomości

dotyczącej śmierci oraz przeżywania żałoby.

Wszyscy partnerzy wyrażali głębokie zrozumienie dla idei hospicyjnej. Wraz z coraz lepszym pojmowaniem misji powstającego centrum ich zaangażowanie rośnie.

Wyzwaniem dla partnerów było działanie w czasie pandemii. Także temat śmierci i choroby okazał się trudny, i to z wielu względów. Z jednej strony dotyka on bardzo silnych emocji niesprzyjających pracy. Z drugiej, nie wpisywał się w politykę firm i założeń CSR, które są nastawione na aktywizację osób w kryzysie, a nie przygotowanie do śmierci.

Biorąc pod uwagę wskazane trudności, dbałość o dobre partnerstwo jeszcze bardziej zyskiwała na znaczeniu. Zespół hospicjum starał się dbać o relacje, podkreślając na każdym etapie prac, że projekt jest dziełem wszystkich zaangażowanych. W prognozie Centrum Wsparcia po Stracie znajduje się duża tablica z wyróżnionymi podmiotami współtworzącymi to wyjątkowe miejsce.

O tym, jak bardzo potrzebna jest taka placówka, najlepiej świadczy fakt, że przez pierwsze pół roku 2021 odbyło się ponad 500 konsultacji specjalistycznych z psychologami dla osób w żałobie, działały także grupy wsparcia i warsztaty okółoterapeutyczne dla osób po stracie.

NARZĘDZIE

Kanwa zespołu

Wprowadzenie

Zaproponowane ćwiczenie świetnie sprawdzi się w początkowym etapie budowania partnerstwa. Wypełniając arkusz, pracujemy na trzech poziomach: członków zespołu projektowego, reprezentowanych przez nich instytucji oraz międzysektorowego zespołu projektowego¹.



¹ Inspiracją do zaproponowanego ćwiczenia jest The Team Canvas (<http://theteamcanvas.com/>).

Instrukcja

Uzupełnijcie poszczególne pola.
W pierwszej kolejności wypełnijcie te dotyczące indywidualnej perspektywy (oznaczone na różowo):

Ludzie i ich rola



Kto będzie tworzył interdyscyplinarny zespół projektowy i jaka będzie rola poszczególnych osób, np. dokumentowanie przebiegu prac, inspirowanie, pilnowanie czasu, dbanie o komunikację itp.

Potencjał członków zespołu



Kompetencje, jakie posiadają poszczególne osoby.

Osobiste cele



Co poszczególni członkowie zespołu chcą osiągnąć dzięki zaangażowaniu w projekt.

Następnie spójrzcie na działanie z perspektywy reprezentowanej przez Was organizację/instytucję i określcie:

Rola organizacji



Rola, jaką Wasza instytucja/organizacja będzie odgrywała w projekcie.

Potencjał organizacji



Potencjał organizacji, z którego możecie skorzystać, planując, a następnie realizując działanie, np. doświadczenie w danym temacie, infrastrukturę, kanały promocji.

Cele organizacji



Cele, jakie organizacja/instytucja chce osiągnąć dzięki swojemu udziałowi w projekcie.

Ostatni etap prac to wspólne wypracowanie celu zespołu, „powodu” oraz zasad i kultury pracy.

Cel zespołu



Cel zespołu wskazuje, **co jako interdyscyplinarny zespół chcecie osiągnąć**, np. efektywnie wymieniać się doświadczeniami, w pełni wykorzystywać kompetencje poszczególnych osób itp.

Powód



Powód odnosi się do samej inicjatywy, którą planujecie się zajmować. Jest to odpowiedź na pytanie: **dlaczego w ogóle się spotkaliśmy?**

Pole „zasady i kultura pracy” ma charakter czysto operacyjny.

Zasady i kultura pracy

Jest pretekstem do dyskusji dotyczącej tego, **jak w praktyce ma wyglądać nasza współpraca**: jak będziemy się komunikować, o co będziemy dbać, aby wszyscy czuli się komfortowo.



Wskazówki

W przypadku pól, w których wpisujemy odpowiedzi uzgodnione przez cały zespół, **warto na początku zapewnić uczestnikom kilka minut na zanotowanie indywidualnych przemyśleń.**

Otwartość i szczerść to podstawa na każdym etapie pracy, jednak szczególnie w przypadku określania osobistych celów oraz celów organizacji warto podkreślić, jak jest ona istotna. Kiedy poznamy rzeczywiste intencje, będziemy w stanie tak zaplanować działania, aby były one satysfakcjonujące nie tylko dla odbiorców, lecz także dla tych, którzy je tworzą.

O czym warto pamiętać na tym etapie

Dobrze zaprojektowane usługi nie tylko odpowiadają na potrzeby odbiorców,

lecz także pozwalają osiągnąć cele instytucji, firm itp., które są w nie zaangażowane.

Warto spojrzeć na osoby zaangażowane w pracę nie tylko przez pryzmat ich kompetencji zawodowych, ale również **zachęcić je do czerpania z prywatnych doświadczeń.**

Pytania

Trudno mówić o zakończeniu etapu „partnerstwo”. Jednak samo jego wdrożenie będziemy mogli uznać za zakończone, gdy poznamy odpowiedzi przynajmniej na następujące bazowe pytania:

? Jakie są oczekiwania poszczególnych organizacji/instytucji zaangażowanych w projekt?

? Jakie będzie zaangażowanie poszczególnych partnerów w działania?

? Jakich zasad współpracy musimy przestrzegać, aby wszyscy czuli się komfortowo?

? Z jakich doświadczeń poszczególnych partnerów możemy skorzystać, planując i realizując działanie?

ETAP 3

Wizja/cel

Wprowadzenie

Myśląc o projektach, często zastanawiamy się przede wszystkim nad tym, co chcemy zrobić. **W naszym procesie, zanim zaczynamy planować działania, zadajemy sobie pytanie: jak ma wyglądać rzeczywistość dzięki naszym działaniom, jaka zmiana ma zajść.**

Takie podejście poszerza horyzont.

Jeśli zaczynamy myśleć przez pryzmat działań, nie dajemy sobie przestrzeni na poszukiwanie nowych rozwiązań. To znaczy jeśli założymy, że chcemy zorganizować cykl warsztatów ekologicznych, będziemy myśleć o tym, jak mają przebiegać itp.

Gdy zaczynamy nasz projekt od „wizji końca”, czyli w naszym przypadku np. zmiany zachowań mieszkańców naszej dzielnicy na bardziej ekologiczne, dajemy sobie przestrzeń na poszukiwania. Może się wtedy okazać, że warsztaty wcale nie są najlepszym sposobem osiągnięcia tego, na czym nam zależy.

”

Działać z wizją to zaczynać od pytań: dlaczego? Dokąd chcę dojść? Warto zadać te dwa pozornie proste pytania

na początku każdego procesu zmiany. Dzięki nim macie szansę nazwać to, o co Wam tak naprawdę chodzi, co ma się zmienić. Bez nich nie dowiecie się, czy skutecznie rozwiązaliście dany problem, gdyż kierowani ważną misją, wpadniecie od razu w tryb kreowania kolejnych rozwiązań. Dobrze określona wizja pozwala skutecznie dochodzić do celu. Fundusz Inicjowania Rozwoju został zaprojektowany w taki sposób, aby dawać przestrzeń liderom do zadawania szeregu pytań w trakcie pracy nad inicjatywą międzysektorową. Odbywa się to podczas warsztatów na etapie konkursu, jak i po przyznaniu grantów, w tzw. Akceleratorze Innowacji Międzysektorowych, który jest elementem procesu wsparcia inicjatyw. Zapraszamy liderów do weryfikacji pomysłów zgłaszanych w konkursie. Stwarzamy warunki do tego, aby budowali swoje przedsięwzięcia z wizją końca. Ta praca przynosi wymierne efekty. Zwiększa świadomość liderów i przekłada się na realną zmianę społeczną w naszym Regionie.

Magdalena Rzeszotalska, Polpharma S.A.

Festiwal Druku 3D – 3D3MIASTO

Fundacja CUMY

Niemal codziennie ze świata napływają informacje o nowych, ciekawych zastosowaniach technologii 3D i osiągnięciach naukowych, które jej zawdzięczamy. Nie dziwi więc, że zainteresowanie tą tematyką jest ogromne. W szczególności teraz, kiedy produkcja w domowym zaciszu staje się coraz tańsza, a przez to bardziej dostępna i powszechna. Jeden z prekursorów druku 3D zachęcał potencjalnych nabywców hasłem: „Wydrukuj swoje marzenia”.

Do tego właśnie stwierdzenia sprowadzić można ideę Festiwalu Druku 3D. Jest to wydarzenie, które dając szansę na zdobywanie wiedzy i nawiązywanie kontaktów, ma szansę pomóc w urzeczywistnieniu wielu marzeń.

W jego trakcie w praktyczny sposób przedstawiono zagadnienia takie jak m.in. skanowanie obiektów, tworzenie i obrabianie modeli, technologie druku, najczęściej występujące problemy. Udział w festiwalu to jednak nie tylko możliwość zdobycia nowej wiedzy, to przede wszystkim szansa na zrzeszenie środowiska skupionego wokół druku.

Możliwości osobistego spotkania nie można przecenić, szczególnie w czasach pandemii.

Wydarzenie kierowane jest do wszystkich zainteresowanych tematyką, niezależnie od poziomu ich zaawansowania. Podejście to wynika z przekonania, że każdy może się przyczynić do rozwoju technologii 3D, wnosząc własną perspektywę.

Pierwotny cel wydarzenia został wypracowany podczas warsztatów Forum Inicjowania Rozwoju. Spójna wizja wydarzenia to jednak efekt dyskusji z jego partnerami.

Udział w FIR dla organizatorów był jednak czymś znacznie więcej niż szansą na pozyskanie środków. Jak sami podkreślają, dostali mnóstwo motywacji i wsparcia, żeby sformalizować działalność i założyć Fundację CUMY. Pozyskaną wiedzę o tym, jak angażować interesariuszy, zdefiniować grupę docelową itp., wykorzystali zaś także przy okazji organizacji innych działań.

Rok wsparcia
inicjatywy: 2020

warsztaty otwarte,
rzemiosło, druk 3D

Szycie z sercem

Fundacja 3maliny

Pomysł szycia poduszek w kształcie serc zrodził się w 2001 r., kiedy Janet Kramer-Mai, pielęgniarka onkologiczna, zachorowała na raka piersi. Jej ciotki uszyły jej taką właśnie poduszkę. Po blisko 20 latach pomysł zawiątał do Polski dzięki Stowarzyszeniu Polskiego Patchworku. Za sprawą Fundacji 3maliny z kolei trafił na Pomorze.

Przygotowanie i podarowanie poduszek w kształcie serca pacjentkom oddziałów onkologicznych to jednak znacznie więcej niż miły gest. Poduszki o tym kształcie łagodzą bowiem ból, chronią operowane miejsce i wspierają przepływ limfy.

Poza poduszkami uczestnicy i uczestniczki spotkań organizowanych przez

fundację szyli także torebki na butelki redona pomagające pacjentom w poruszaniu się z drenami i podłączoną do nich butelką redona oraz kolorowe narzuty (lapquilt), z których korzystają pacjenci w trakcie podawania chemii.

W ramach projektu finansowanego z Funduszu Inicjowania Rozwoju zostało uszytych 500 poduszek w kształcie serca, 800 torebek na butelki redona i 100 lapquiltów.

Ideą przyświecającą projektowi było nie tylko wsparcie osób walczących z chorobą, lecz także promocja profilaktyki, w tym nauka samobadania piersi. Realizacja tego celu była możliwa dzięki odbywającym się w trakcie spotkań prelekcjom edukacyjnym, podczas których szycie poduszki.

Rok wsparcia
inicjatywy: 2019

profilaktyka, serca,
wspólne szycie

NARZĘDZIE

Historia z okładki²

Wprowadzenie

Historia z okładki to ćwiczenie, które ma ułatwić nam wyobrażenie sobie wymarzonej rzeczywistości po to, aby chwilę później nasze marzenia przełożyć na konkretne cele projektowe.

Tytuł

Nagłówek

Cytat

Informacje o zmianie

Liczby pokazujące skalę zmian

Zdjęcie

² Ćwiczenie zainspirowane narzędziem Cover Story: <https://gamestorming.com/cover-story/>.

Konieczne zmiany

np. infrastruktura, prawo, postrzeganie tematu przez określoną grupę



Three horizontal rounded rectangular boxes for notes, each with a light pink background.

Główne cele



Three horizontal rounded rectangular boxes for notes, each with a light blue background.

Dodatkowe cele



Two horizontal rounded rectangular boxes for notes, each with a light blue background.

Instrukcja

Ćwiczenie przebiega w dwóch etapach. Pierwszym jest uzupełnienie „Historii z okładki”. Wyobraźcie sobie, że zakończyliście realizację działań i osiągnęliście wszystko, o czym marzyliście. Dziennikarz prestiżowego magazynu przygotowuje artykuł opisujący zaistniałą zmianę. Wskażcie:

jaki tytuł będzie miał artykuł i jakie będzie jego rozwinięcie

kto będzie cytowany

jakie liczby zostaną przywołane

jakie będą kluczowe informacje o zmianie

jakie zdjęcia zostaną wykorzystane do zilustrowania nowej sytuacji

Realizując ćwiczenie, możecie zastosować jedno z podejść:

- od początku myśleć optymistycznie, lecz realistycznie,
- pozwolić sobie na marzenia pozbawione jakichkolwiek ograniczeń.

Niezależnie od tego, czy najpierw będziecie pracować indywidualnie, czy też w podzespołach, zadanie powinniście skończyć z jedną historią.

Wskazówki

Na początku pracy warto poprosić, aby każdy indywidualnie wypełnił kartę „Historia z okładki”. Dopiero po ich przedstawieniu i omówieniu przejdźcie do pracy zespołowej. Jeśli się okaże, że macie inne spojrzenie na to, do czego ma doprowadzić projekt, nie wybierajcie jednej z zaprezentowanych opcji, np. przez głosowanie. Wykorzystajcie wspólne uzupełnianie kanwy do ujednocnienia/połączenia perspektyw.

Tytuł nie powinien być generyczny. Postarajcie się, aby oddawał istotę zmian i inspirował.

Pamiętajcie, aby opisywać zaistniałą zmianę, a nie działania. Postarajcie się wyłączyć myślenie o działaniach.

W ramach kolejnego etapu nasze marzenia przekładamy na cele projektowe. Przeczytajcie jeszcze raz Waszą historię.

Konieczne zmiany

Zastanówcie się, w jakich obszarach konieczne jest wprowadzenie zmian, aby Wasza wizja była możliwa do realizacji, np. infrastruktura, prawo, postrzeganie tematu przez lokalną społeczność.

Cele

Przeanalizujcie wskazane obszary interwencji i **określcie cele projektu (jeśli celów macie kilka, podzielcie je na główne oraz dodatkowe).**

O czym warto pamiętać na tym etapie

Ważne, aby w pracy uczestniczyli przedstawiciele wszystkich zaangażowanych podmiotów. Dzięki temu w trakcie dyskusji na dalszych etapach prac będziecie mogli wracać do ustaleń z tego etapu.

Zachowajcie otwartość. Ćwiczenie wniesie wartość do procesu jedynie, jeśli macie w sobie gotowość na to, aby oderwać się od Waszych pierwszych pomysłów na działanie.

Pytania

Ten etap działania możecie uznać za zakończony, jeśli znacie odpowiedzi na następujące pytania:

? Dlaczego podejmujecie dany temat?

? Do jakich zmian ma doprowadzić Wasza inicjatywa?

? Jakie cele chcecie dzięki niej osiągnąć?

? W jakich obszarach jest konieczna zmiana, aby zmiana była możliwa do wprowadzenia?

ETAP 4

Rozwiązanie

Wprowadzenie

Wierzymy, że aby wpaść na naprawdę dobry pomysł, najpierw trzeba mieć ich wiele. Jest to założenie, które przyświeca nam na etapie pracy nad rozwiązaniami. Z wykorzystaniem technik kreatywnych **tworzymy listy pomysłów z dziesiątkami pozycji, a następnie wybieramy z nich najbardziej wartościowe.**

Pamiętamy przy tym cały czas o idei współtworzenia. Rozwiązań ramię w ramię szukają bowiem przedstawiciele biznesu, samorządu, innowatorzy, jak również sami odbiorcy działań.

”

Prowadzenie biznesu to ciągłe poszukiwanie rozwiązań i nowych modeli rozwoju gospodarczego. Jest to działanie wpisane w DNA przedsiębiorczości. Tak rozumiemy także naszą misję w Forum Inicjowania Rozwoju – uczymy i zachęcamy do poszukiwania nowatorskich, odważnych rozwiązań. Przychodzimy z doświadczeniem tych małych i tych większych firm, dobrymi praktykami, ale także rozwiązaniami, które się nie sprawdziły. Staramy się dzielić tym doświadczeniem z organizacjami, które poszukują nowych rozwiązań w ramach Funduszu Inicjowania Rozwoju, i być mentorami w tej drodze.

Justyna Błaszak-Gondek, Damian Mucha
Regionalna Izba Gospodarcza Pomorza

Sklep charytatywny LukLuk

Spółdzielnia Socjalna Kooperacja

Pierwszy sklep charytatywny LukLuk powstał w Sopocie z inicjatywy Spółdzielni Socjalnej Kooperacja w 2015 roku dzięki wsparciu z Funduszu Inicjowania Rozwoju, w ramach którego otrzymał środki na rozwój swoich działań. **Inicjatywie przyświeca motto: „Dajemy drugą szansę ludziom i drugie życie rzeczom”.** Idea sklepu wywodzi się z brytyjskich charity shops. Źródłem inspiracji była także obserwacja, jak często wiele osób ma problem z pozbyciem się zbędnych, lecz jeszcze w pełni użytecznych rzeczy. **Darczyńcy, przekazując przedmioty, które zalegają w szafie, piwnicy lub na strychu, nie tylko dają im drugie życie, lecz także mogą obdarować „pracą” potrzebujących!**

Sklep funkcjonuje bowiem przede wszystkim po to, aby ludzie, którzy z różnych powodów mieli problemy z odnalezieniem się na rynku pracy, otrzymali szansę na zatrudnienie. W sklepie charytatywnym LukLuk prowadzone są edukacja zawodowa i treningi pracy. Pracownikami są osoby z grup zagrożonych wykluczeniem społecznym, które miały trudności z odnalezieniem się na rynku pracy.

LukLuk to efekt współpracy, w którą zaangażowani byli przedstawiciele trzech sektorów. Nawiązano współpracę m.in. z Centrum Integracji Społecznej w Sopocie, Miejskim Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Sopocie i Urzędem Pracy. Przy powstawaniu sklepu duże znaczenie miało wsparcie partnera biznesowego Outdoor Analytics, który pomógł w przygotowaniu niezbędnej komunikacji i promocji projektu tak, aby dotrzeć do jak największej grupy osób, mogących przekazać przedmioty, a także je zakupić.

W trakcie realizowania projektu do współpracy pozyskano także Akademię Sztuk Pięknych, która zaprojektowała i wyposażyła lokal w niezbędne meble.

O sukcesie projektu świadczy fakt, że po sześciu latach od realizacji inicjatywy sklep nie tylko nadal funkcjonuje, ale w międzyczasie w Sopocie otwarto także drugi LukLuk i planowane są kolejne realizacje.

STUDIUM
PRZYPADKU

Festiwal Wrażliwy

Fundacja Zostaw Swój Ślad

Rok wsparcia
inicjatywy: 2018

społeczność,
wrażliwość, działanie

Festiwal Wrażliwy to święto reportażu i dokumentu filmowego, radiowego i prasowego oraz fotoreportażu o tematyce szczególnie wrażliwej na ludzkie sprawy. Jego celem jest odnalezienie i docenienie szczególnie uważnych reporterów.

Pomysł powstał pewnego późnego wieczoru, gdy osoby zaangażowane w działania Fundacji Zostaw Swój Ślad szukały sposobu na to, żeby umożliwić swoim beneficjentom wymianę wartości, środków, inspiracji i motywacji do działania. Przyświecającą intencją była chęć dania czegoś w zamian tym, którzy wspierają podopiecznych fundacji – nieuleczalnie chore dzieci. Wtedy też pojawiła się koncepcja organizacji spotkań z wyjątkowymi ludźmi i twórcami prawdziwych opowieści o człowieku.

Rozwiązanie miało promować takie wartości jak współdziałanie, współpraca i wzajemne wsparcie. Fundament stanowiła chęć integracji różnych społeczności: reporterskich, biznesowych, artystycznych, samorządowych, OPP i innych organizacji oraz obywateli, a w efekcie zapewnienie przestrzeni do wymiany myśli, poglądów, twórczości, energii i pomysłów.

Środki z Funduszu Inicjowania Rozwoju przeznaczone zostały na wykonanie unikalnych statuetek dla laureatów trzeciej edycji wydarzenia. W ciągu 5 lat w ramach festiwalu odbyło się 31 wydarzeń, w których uczestniczyło 72 gości specjalnych i przyznano 86 nagród.

IDEA E-BOOKA

ODKRYWANIE

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

WDROŻENIE

PODSUMOWANIE

Punkty widzenia

Wprowadzenie

Ćwiczenie ma pomóc nam w znalezieniu rozwiązania problemu i wyjścia poza pierwsze, z reguły najbardziej oczywiste koncepcje. Jedną z największych trudności podczas szukania rozwiązań jest pozwolenie sobie na zabawę i nie(auto)cenzurowanie pomysłów, które pojawiają się w trakcie spotkania. Na tym etapie pracy nie ma złych odpowiedzi. Naszym celem jest znalezienie wielu potencjalnych rozwiązań, spośród których wybierzemy potem najlepsze.

Instrukcja

Wybierzcie kilka (ok. cztery, pięć) postaci. Mogą być to postaci historyczne, znane osobistości, jak również postaci fikcyjne. Poświęćcie każdej z nich 2 minuty i podzielcie się swoją wiedzą na jej temat: czym się wyróżnia, co robi, z czego zasłynęła, kim się otacza itp. Zapiszcie wszystkie pojawiające się myśli. Następnie każdy uczestnik spotkania powinien indywidualnie odpowiedzieć na dwa pytania:

1. Jak dana postać rozwiązałaby nasz problem?

2. Jakie rozwiązanie naszego problemu zaproponowałibyśmy danej osobie?

Zapisujcie każdy pomysł na osobnej karteczce.

Ćwiczenie możecie wykonać w jednym z wariantów:

- Zapisujecie pomysły dotyczące jednej postaci, po czym przechodzicie do kolejnej.
- Dajecie sobie określony czas, np. 10 minut, i każdy zapisuje pomysły do postaci, które stanowią dla niego inspirację.

Po zakończeniu pracy indywidualnej omówcie zapisane pomysły. Jeśli podczas ich prezentowania przyjdą Wam do głowy kolejne, koniecznie je zanotujcie.



Wskazówki

Wybierzcie postaci charakterystyczne, lecz nie kontrowersyjne. Dzięki temu wszyscy uczestnicy będą mieć komfort pracy.

Ważne, aby wszyscy uczestnicy znali wybrane postaci i wiedzieli, czym się charakteryzują.

Zadbajcie o to, aby każdy uczestnik podzielił się swoimi pomysłami.

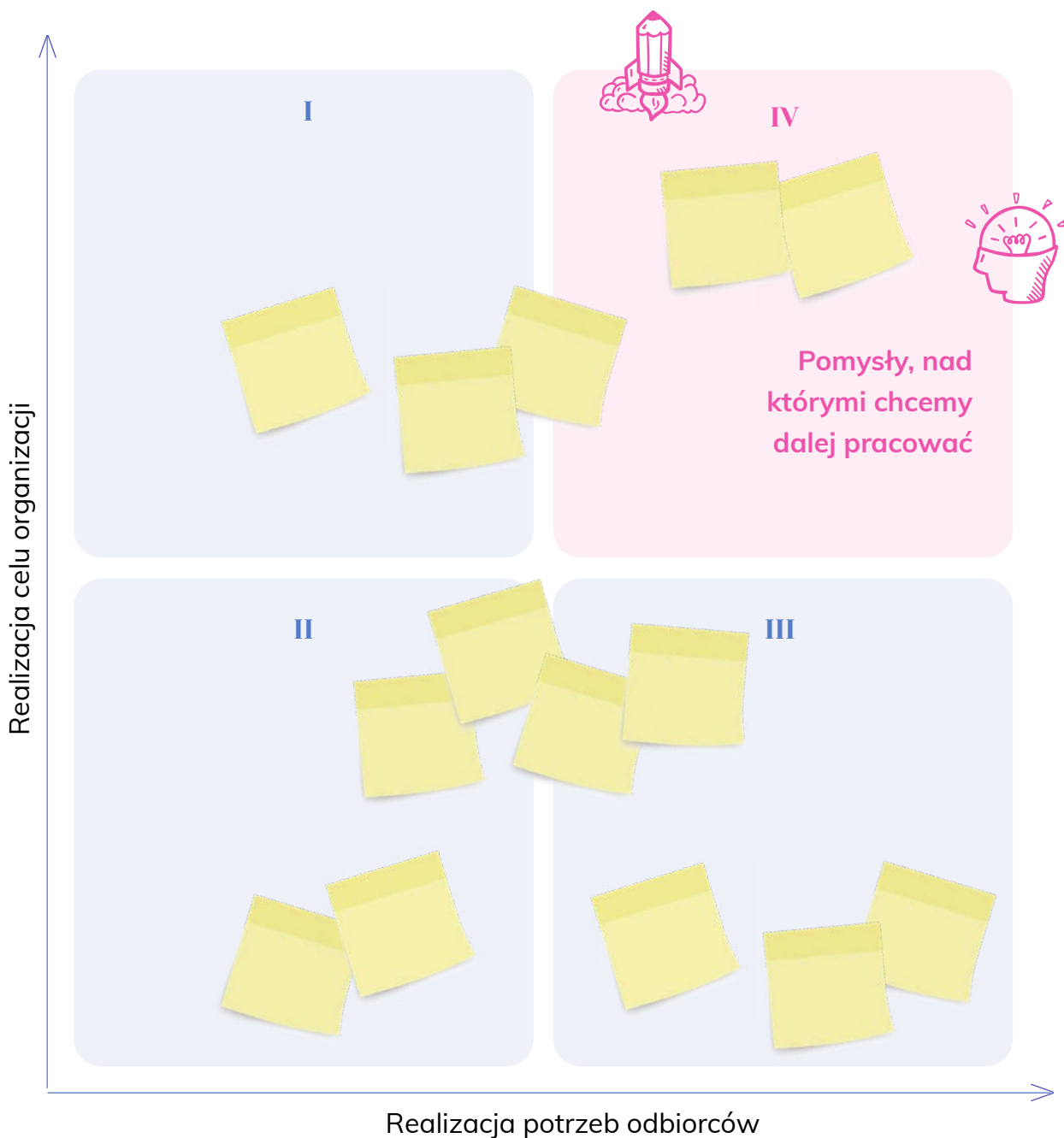
Kluczowe jest, aby na tym etapie zapisywać konkretne rozwiązania, a nie jedynie hasła.

NARZĘDZIE

Selekcja pomysłów

Wprowadzenie

Lista kilkudziesięciu pomysłów może się wydać przytłaczająca. **Wybierając pomysł, możecie się zdecydować na głosowanie. Do zadania możecie jednak podejść także w bardziej usystematyzowany sposób, analizując każdy pomysł przez określone kryteria.**



Instrukcja

Umieście na grafie Wasze pomysły. Każdy pomysł oceńcie na początku pod kątem tego, czy:

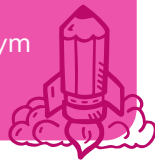
Odpowiada na potrzeby odbiorców

Im jest dalej w prawo na osi, tym bardziej odpowiada na potrzeby odbiorców.



Umożliwia realizację Waszych celów

Im jest wyżej na osi, tym w większym stopniu realizuje cele.



Pomysły lokujemy na planszy względem siebie. **Te, które pomyślnie przejdą selekcję, tzn. znajdą się w polu nr IV), to te, które warto dalej rozwijać.**

Jeśli na liście wciąż macie wiele pomysłów, wybierzcie maksymalnie dwa dodatkowe kryteria, które wykorzystacie do oceny pomysłów z pola IV.

Przykładowe kryteria:

łatwość wdrożenia

innowacyjność

skalowalność

przyjazność dla środowiska

Wskazówki

Stosowanie skali, np. przyznawanie punktów, może generować wiele niejasności, np. dlaczego dajemy 2, a nie 3 punkty. Nie tylko łatwiejszym, lecz także ciekawszym rozwiązaniem może być ocenianie pomysłów względem siebie.

Jeśli jakieś pomysły są podobne lub się uzupełniają, nie oceniacie ich osobno, lecz jako jedną koncepcję.

Wybierając dodatkowe kryteria, zadbajcie o to, aby były one istotne dla wszystkich partnerów zaangażowanych w działanie.

Zadbajcie o to, aby wszystkie osoby uczestniczące w selekcji rozwiązań rozumiały wybrane kryteria w ten sam sposób, np. jeśli jednym z kryteriów będzie innowacyjność, zastanówcie się, czy mówicie o innowacji w odniesieniu do Waszych działań, branży, a może innowacji globalnej.

O czym warto pamiętać na tym etapie

Zachęcajcie do notowania i dzielenia się nawet (z pozoru) najbardziej absurdalnymi koncepcjami. Często są one inspiracją do wartościowych i wdrażanych później pomysłów.

Zapewnijcie różnorodne perspektywy poprzez **zaproszenie do udziału osób reprezentujących różne środowiska** i mających odmienne doświadczenia.

Poza „głównymi pomysłami”, które rozwijamy w dalszych etapach, często **efektem ubocznym są tzw. quick fixy: wartościowe pomysły, które łatwo wdrożyć.** Nie zapomnijcie o nich, planując działania.

Pytania

Ten etap działania możecie uznać za zakończony, jeśli znacie odpowiedzi na następujące pytania:

? Dlaczego chcemy wdrażać akurat to rozwiązanie? Dlaczego jest ono lepsze od dotychczasowych, alternatywnych rozwiązań?

? Co wyróżnia wybrane rozwiązanie?

ETAP 5

Testowanie

Wprowadzenie

Szukając innowacji, musimy się zmierzyć z ciągłą niepewnością. Pomysły, które świetnie wyglądają na papierze, nie zawsze sprawdzają się w praktyce. Dlatego też tak ważne jest ich prototypowanie i testowanie.

Prototypowanie to nadawanie naszym pomysłom namacalnej formy. Jego istotą jest znalezienie sposobu, dzięki któremu przy możliwie niewielkich nakładach finansowych i czasowych będziemy w stanie sprawdzić, czy nasze rozwiązanie spotka się z uznaniem odbiorców.

Zarówno form prototypów, jak i sposobów na ich przetestowanie jest mnóstwo. Wszystko zależy od tego, jaką koncepcję chcemy zweryfikować. Wielu innowatorów na początku weryfikuje swoje pomysły, przedstawiając potencjalnym odbiorcom tzw. surowe prototypy, takie jak np. propozycję ulotki wydarzenia, komiks prezentujący, jak ma funkcjonować dane działanie, itp. Często jednak zebrana w ten sposób informacja zwrotna nie jest wystarczająca. Szczególną rolę w procesie testowania pomysłów w Funduszu odgrywa organizacja kampanii crowdfun-

dingowej, dzięki której pomysłodawcy mogą sprawdzić, czy ich pomysł wzbudza na tyle duży entuzjazm, że może liczyć na wsparcie finansowe.

”

Zaangażowani liderzy, organizacje przychodzą do nas najczęściej z ich pierwszą wizją przedsięwzięcia. Jeszcze nie wiedzą, że to dopiero pierwszy krok i zanim pomysły osiągną swój właściwy kształt, tysiąc razy zweryfikuje je otoczenie i rzeczywistość, w jakiej będą realizowane. Proces ten zakłada także otwartość na potknięcia, popełnianie błędów, porażki i uczenie się na ich podstawie. Istotą innowacji jest bowiem możliwość popełniania błędów, a sukcesem wyciąganie wniosków z tego, czego doświadczamy. My jesteśmy od tego, aby dać bezpieczne, ale pełne wyzwania środowisko dla prototypowania i testowania tych pomysłów. To misja naszego partnerstwa. Spotkania z praktykami, ekspertami, innowatorami. Wiedza merytoryczna, codzienne wsparcie. To realna pomoc, jakiej staraliśmy się udzielać. Liderzy stawiają krok, weryfikują pomysł, czasem muszą się cofnąć, aby ponownie przemyśleć swoje rozwiązanie i iść odważnie naprzód.

Staramy się i podejmujemy kroki, aby ich wspierać w tej drodze. Mając świadomość tego, jak istotny jest etap testowania, ważnym elementem Funduszu jest crowdfunding. To na tym etapie każdej edycji innowatorzy otrzymują pierwszą informację zwrotną od swojej społeczności. Opierając się na niej, mają

szansę rozwinąć pomysł lub go zupełnie zmodyfikować. Wspólnie dbamy o to, aby ten etap został wyciśnięty jak cytryna, aby wykorzystać go jak najlepiej.

Jowita Twardowska, MTG SA
(Amber Expo), „UP FOUNDATION”

STUDIUM
PRZYPADKU

Zeroban

Fundacja Nielada Historia

Spółdzielnia Socjalna ZEROBAN przetabia, tworzy i przeobraża niepotrzebne banery w myśl idei less waste i fair trade. Biznes jest społeczny nie tylko z racji upcyklingu, lecz także dlatego, że jego głównym celem jest tworzenie miejsc pracy dla osób wykluczonych z rynku pracy.

W ramach działań wspieranych przez Fundusz Inicjowania Rozwoju sfinansowany został etap prototypowania i testowania rozwiązania. Celem działań było nie tylko sprawdzenie, czy oferta akcesoriów z banerów z upcyklingu znajdzie swoich odbiorców i jak zostanie przez nich odebrana, lecz także weryfikacja rentowności przedsięwzięcia i tego, czy będzie ono umożliwiało utrzymanie stanowiska pracy.

Prototypowanie nie mogłoby się odbyć bez partnerów posiadających umiejętności projektowania i szycia. Do tego obszaru zaprosiliśmy Warsztat na Patencie (Spółdzielnia Socjalna Heca) oraz Przystanek Alaska.

Szansą na przetestowanie koncepcji była m.in. realizacja zamówienia z biura Prezydenta Pawła Adamowicza: uszycie toreb z baneru Konstytucja. W maju 2019 roku pojawiła się zaś idea prezentowania produktów w specjalnym showroomie na 100czni. Była to świetna okazja do zbierania informacji zwrotnej o ofercie.

Zgromadzone opinie potwierdziły, że pomysł jest potrzebny i wpisuje się w ogólny trend zachowań konsumenckich oraz biznesowych. Zmiany po testach dotyczyły wprowadzenia innych rozwiązań w zakresie szycia oraz wzorów.

Prototypowanie było dla innowatorów kluczowe, aby dobrze przygotować się do uruchomienia spółdzielni oraz regularnej oferty do B2B i B2C. Dzięki niemu zweryfikowano wiedzę o potrzebach klientów i ich podejściu do oferty, jak również o polityce cenowej oraz kosztach produkcji.

Rok wsparcia
inicjatywy: 2018

upcycling, miejsca pracy,
less waste, fair trade

Tczewscy Kurierzy Rowerowi

Fundacja Pokolenia

Tczewscy Kurierzy Rowerowi to pierwsze w Tczewie przedsiębiorstwo społeczne. Podstawę działalności stanowi dostarczanie przesyłek pocztowych i kurierskich na rowerach. Celem inicjatywy była poprawa dostępu do zatrudnienia osób młodych w szczególnie trudnej sytuacji (m.in. powracających z zakładów poprawczych, domów dziecka czy ośrodków leczenia uzależnienia).

W trakcie pracy nad rozwiązaniem określono dwie kluczowe grupy odbiorców: pierwsza – pracownicy przedsiębiorstwa, druga – przyszli klienci. Potrzeby przyszłych pracowników sprawdzano kilkutorowo: przeprowadzono wywiady z grupą młodych ludzi w kryzysie bezdomności na temat ich aspiracji zawodowych, barier na rynku pracy, oczekiwań wobec pracodawcy. Drugim źródłem informacji były rozmowy z terapeutami uzależnień i psychologami, asystentami, którzy pracują z młodymi ludźmi narażonymi na wykluczenie społeczne. Grupa klientów zawężona została do samorządów. Ich potrzeby zbadano poprzez indywidualne wywiady z urzędnikami na kierowniczych szczeblach oraz osobami odpowiedzialnymi bezpośrednio za wysyłkę korespondencji. Dodatkowo przed władzami miasta przeprowadzono prezentację, podczas której zebrano informacje zwrotne.

Na podstawie rozmów z potencjalnymi pracownikami ustalono, że najważniejsze dla nich jest, aby pracodawca był przyjazny, stopniował trudność zadań, dostosował godziny pracy do indywidualnych możliwości.

Z kolei klienci zaznaczali, że ważna jest dla nich indywidualna oferta cenowa (niższa niż u konkurencji), szybkie terminy doręczenia poczty (brak konieczności wysyłania poczty do dużych centrów logistycznych) oraz możliwość odciążenia pracowników (odbieranie poczty bezpośrednio od klienta na zaopiniowanych przez niego wzorach dokumentów).

Prototypowanie i testowanie pozwoliło na dopracowanie oferty pracy oraz oferty dla klientów. Podczas tej fazy okazało się, że zespół składający się tylko z osób narażonych na wykluczenie społeczne może na siebie negatywnie oddziaływać, na czym traci proces aktywizacji oraz jakość świadczonych usług. Postanowiono więc ustalić proporcję miejsc pracy wspieranych ze standardowymi miejscami pracy na maksymalnie 50% do 50%. Dzięki fazie testów sprawdzono model gospodarki żetonowej u pracowników wymagających silnego wsparcia w miejscu pracy. Testowa kooperacja z klientami zbudowała wzajemne zaufanie i pozytywną opinię o usługach, dzięki temu nawiązano współpracę z kolejnymi instytucjami. Dodatkowo okazało się, że w mieście wielkości Tczewa dominującą usługą będzie dostarczanie poczty, a nie – jak sądzili wcześniej pomysłodawcy – przesyłek kurierskich.

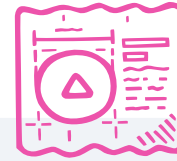
Dzięki projektowi stworzono dwa miejsca pracy i wspólnie z psychologami opracowano nowatorski model treningu pracy dostosowany do możliwości pracowników. Dziś spółdzielnia socjalna zatrudnia na stałe dziewięć osób, realizuje wiele programów społecznych, w tym jedno mieszkanie wspierane.

Karta prototypu

Wprowadzenie

Karta prototypu to narzędzie skłaniające nas do zadania sobie szeregu pytań, dzięki którym będziemy mogli lepiej zaplanować nasz prototyp.

Nazwa projektu



Pytania, na które chcemy znaleźć odpowiedź

Elementy rozwiązania, które chcemy zaprojektować

--	--	--

Forma prototypu

--

Sposób testowania

--

Testerzy

--	--	--

Instrukcja

Uzupełnijcie wspólnie kanwę. Nie zmieniajcie zaproponowanej kolejności pytań. Zostały one ułożone w ten sposób, aby najpierw dobrze zdefiniować, po co robimy prototyp, a dopiero potem zastanowić się nad jego zakresem i formą:

- nazwa projektu,
- pytania, na które chcemy znaleźć odpowiedź dzięki prototypowi,
- elementy rozwiązania, które powinniśmy przetestować, aby znaleźć odpowiedź, np. przebieg spotkania, forma i treść materiału informacyjnego, wygląd projektowanej przestrzeni itp.,
- forma prototypu, czyli to, jak za-prototypujemy wybrane elementy, np. makieta, storyboard, ulotka. Forma powinna dawać nam pretekst do zadania interesujących nas pytań,
- sposób testowania, np. wywiady indywidualne, badania focusowe,
- testerzy, czyli osoby, z którymi chcemy przetestować rozwiązanie.

Wskazówki

Jeśli Wasze rozwiązanie jest złożone, zastanówcie się, co jest dla niego kluczowe, i na tym aspekcie skupcie się w planowaniu prototypu. Wybierzcie maksymalnie trzy elementy. Dzięki temu będziecie mogli działać zwinnie i szybko sprawdzić swoje założenia.

Przygotowując listę pytań, nie zapominajcie o tym, aby uwzględnić na niej także te dotyczące kwestii szczególnie problematycznych lub dyskusyjnych.

Trudno skonstruować jeden prototyp, dzięki któremu znajdziemy odpowiedź na wszystkie interesujące nas pytania. Jeśli więc ich lista jest długa, warto wybrać pięć, sześć kluczowych i na nich się skoncentrować. Do pozostałych wrócić zaś przy kolejnej turze testów.

O czym warto pamiętać na tym etapie

Testując rozwiązania, nie przekonujemy odbiorców, że są one dobre, lecz uważnie słuchamy. **Im więcej krytycznych uwag zbierzemy, tym więcej będziemy mogli zmienić w naszym rozwiązaniu.**

Odkrycie na tym etapie, że nasze rozwiązanie nie odpowiada na potrzeby, to tak naprawdę sukces. Dowiedzieliśmy się bowiem o tym, kiedy zainwestowaliśmy w rozwiązanie ograniczone zasoby.

Integralnym elementem pilotażu jest pozyskiwanie informacji o tym, jak oceniane jest rozwiązanie. Planując pozyskiwanie informacji, postarajmy się nie tylko pytać o opinię, lecz także obserwować.

Pytania

Ten etap działania możecie uznać za zakończony, jeśli znacie odpowiedzi na następujące pytania:

? Co w naszym rozwiązaniu szczególnie podoba się odbiorcom? Które elementy się sprawdziły?

? Jakie elementy naszego rozwiązania powinny zostać w zaplanowanym kształcie?

? Z jakich elementów powinniśmy zrezygnować, gdyż nie dają wartości odbiorcom?

6

ETAP 6

Wdrożenie

Wprowadzenie

Prawdziwa kreatywność to nie tyle wymyślanie rozwiązań, ile umiejętność ich wdrażania.

Na tym etapie musimy mocno stąpać po ziemi i zastanowić się, jak zrealizować nasz pomysł, opierając się na zasobach, którymi dysponujemy, i jakie działania musimy podjąć, aby nasza idea miała szansę zaistnieć.

Często jest to także moment prawdy dla naszego partnerstwa. Wdrażając rozwiązania, niejednokrotnie napotykamy bowiem trudności, które na etapie planowania nigdy nie wybrzmiały.

Co więcej, w przypadku działań innowacyjnych niezwykle ważne jest, aby nie tylko realizować projekt, ale bacznie obserwować efekty, które przynosi. Dzięki temu jesteśmy w stanie na bieżąco dokonywać korekt naszych założeń i udoskonalać ofertę.

Praca nad dobrymi usługami nigdy bowiem się nie kończy. Innowacje społeczne rzadko kiedy można zamknąć w ramach kilkumiesięcznego projektu, trzeba o nich myśleć w dłuższej perspektywie.

”

Nawet najlepszy pomysł nie będzie wiele wart, jeśli pozostanie jedynie pomysłem. Lubię mówić, że „zabawa” zaczyna się wraz z wdrożeniem. Z moich obserwacji wynika, że to etap, który bardzo często nas blokuje. Tygodniami potrafimy odkładać działania na kolejne jutro. A gdy bliżej przyjrzymy się naszym obawom, może się okazać, że blokuje nas własna wizja.

Projekt jest nasz, niesie za sobą realną zmianę, więc nic dziwnego, że pojawiają się obiekcje. Jednak każda podróż zaczyna się zawsze od pierwszego kroku. I tak samo jest z wdrożeniem naszych projektów. Jaki pierwszy krok mogę zrobić, który przybliży mnie do celu? A jaki kolejny? Czy będzie mi łatwiej, jeśli zaplanuję wstecznie (czyli od końca, wyobrażając sobie zrealizowany projekt i to, jaki krok tę realizację poprzedzał, a jaki był wcześniejszy, itd.).

Ile razy słyszałam: „też o tym myślałam!” z ust kogoś, komu prezentowałam swoje realizacje. Różnica jednak polegała na tym, że mój rozmówca jedynie myślał, a ja robiłam. Czy są więc jakieś cechy, które warto w sobie

rozbudzić, aby skuteczniej wdrażać pomysły? Moim zdaniem są to:

- **proaktywność** (umiejętność inicjowania akcji i okazji bez biernego czekania na bieg wydarzeń – tego można się nauczyć!),
- **ciekawość świata i zadawanie wielu pytań** (bo nie ma głupich pytań, to jedno z bardzo krzywdzących przekonań, które większość z nas ma),
- **nawyk robienia chociaż mikro-kroku dziennie** – czy to szukanie informacji w internecie, telefon czy mail do organizacji, która mogłaby nam pomóc, a czasami to także złapanie dystansu i oddechu,

- **asertywność** – często pojawia się za dużo możliwości, więc tylko patrząc w stronę celu i odmawiając działaniom, które nas do niego nie doprowadzą, możemy skutecznie przesuwać się do przodu w realizacji naszego projektu.

Agnieszka Płoska, Kobieta z Tłumu

STUDIUM
PRZYPADKU

Rok wsparcia
inicjatywy: 2014

rozwaga, śmiałość,
odpowiedzialność

Browar Spółdzielczy: Kooperatywa, która warzy więcej

Spółdzielnia Socjalna DALBA

W 2015 roku Spółdzielnia Socjalna DALBA, która jest założycielem tego miejsca, dopiero rozwijała swoje skrzydła. Wówczas też zrealizowała projekt: „Kooperatywa, która warzy więcej” w ramach Grantu FIR. Ten projekt był dla Browaru kulą śnieżną, dzięki której udało się mu wówczas uwarzyć pierwsze piwo w kooperacji z browarem spółdzielczym z Wielkiej Brytanii.

Dzięki współpracy z partnerami, którzy zapewnili szeroką promocję m.in. w międzynarodowej prasie (Homo Homini Katarzyna Dobosz), wsparciu merytorycznemu PCPR, który pomógł w procesie zatrudniania osób z niepełnosprawnościami, czy organizacyjnemu (Yacht Project Paweł Jacheć) udało się w ciągu kilku miesięcy zainaugurować pracę Browaru Spółdzielczego, który dzisiaj jest

doceniany szeregiem nagród i wyróżnień za wyjątkowość działań i wrażliwość społeczną.

Większość pracowników spółdzielni to osoby, które nie miały szans na otwartym rynku pracy z powodu swojej niepełnosprawności. Ich zaangażowanie i determinacja sprawiają, że warzone piwo jest czymś wyjątkowym, spełnieniem marzeń i szansą.

Browar Spółdzielczy z Pucka i piwo, które warzy, są dzisiaj znane nie tylko na Pomorzu, ale i w całej Polsce, a nawet za granicą.

Puby Spółdzielcze działają już w pięciu miastach w Polsce: w Gdańsku, Łodzi, Toruniu, Rzeszowie i Rybniku. Cztery ostatnie powstały w ramach pierwszej w Polsce franczyzy społecznej.

IDEA E-BOOKA

ODKRYWANIE

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

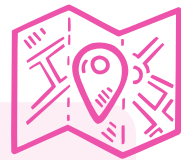
WDROŻENIE

PODSUMOWANIE

Mapa usługi

Wprowadzenie

Zaproponowana mapa usługi pozwala spojrzeć na nasze rozwiązanie z perspektywy odbiorcy działań oraz tych, którzy usługę świadczą. Jeśli do uzupełnienia arkusza podejmiemy skrupulatnie, zawarte w nim informacje będziemy mogli wykorzystać do określenia, kogo potrzebujemy do wdrożenia i jaki będzie zakres obowiązków poszczególnych osób; jakie pozycje powinien zawierać nasz budżet i co musimy przygotować, aby nasi użytkownicy mogli korzystać z oferty w zaplanowanym kształcie.



Działania realizowane przez odbiorcę usługi

Działania realizowane przez partnera A

Działania realizowane przez partnera B

Działania realizowane przez partnera C

Sposób monitorowania skuteczności działania

Działania realizowane przez odbiorcę usługi				
Działania realizowane przez partnera A				
Działania realizowane przez partnera B				
Działania realizowane przez partnera C				
Sposób monitorowania skuteczności działania				

Instrukcja

Opiszcie krok po kroku:

W jaki sposób odbiorca oferty się o niej dowie?

Co będzie musiał zrobić, aby rozpocząć korzystanie?

Jak będzie z niej korzystał?

Przy każdym kroku napiszcie, jakie działania muszą wykonać poszczególni partnerzy, aby użytkownik mógł wykonać swoje zadanie, np. jeśli w kroku użytkownika zapiszemy, że widzi on plakat, może to oznaczać, że:

- partner A: przygotowuje projekt plakatu,
- partner B: zajmie się jego dystrybucją,
- a partner C: wydrukuje go.

Na końcu, przy tych krokach, przy których jest to zasadne, zastanówcie się, w jaki sposób będziecie sprawdzać, czy dany element rozwiązania się sprawdza, np. co zrobimy, aby sprawdzić, czy wspomniany plakat był efektywnym narzędziem komunikacji.

Wskazówki

Bardzo ważne jest, aby nad uzupełnieniem mapy pracowali wspólnie wszyscy członkowie zespołu projektowego, dzięki temu nie będzie wątpliwości, jaki wkład jest oczekiwany od poszczególnych partnerów.

Ustalcie wspólnie, jak szczegółowo rozpisywać będziecie działania. Nie ma tu jednej złotej zasady. Kluczowe jest, aby zawarte informacje były dla wszystkich jasne i użyteczne.

Jeśli z Waszej oferty będzie korzystał kilka grup odbiorców, przygotujcie osobną mapę dla każdej grupy.

O czym warto pamiętać na tym etapie

Dobrych usług/rozwiązań nigdy nie można uznać za skończone. Cały czas powinny być one monitorowane i modyfikowane.

Do wdrożenia warto podchodzić iteracyjnie. **Zamiast od razu wdrażać wszystkie działania, na początek wybierzmy te najistotniejsze dla koncepcji.** Dopiero po ich wcieleniu w życie dodawajmy kolejne elementy.

Nie trzymajmy się kurczowo pierwotnych założeń. Jeśli w trakcie wdrażania okaże się, że niektóre elementy warto zmodyfikować, zróbmy to.

Nieustannie monitorujmy, czy działania są skuteczne. Jeśli nie, dowiedzmy się dlaczego i spróbujmy je zmodyfikować.

Pytania

Przy planowaniu wdrażania ważne jest, abyśmy znali odpowiedź m.in. na następujące pytania:

? Jakie działania są kluczowe dla naszego rozwiązania i powinniśmy je wdrożyć w pierwszej kolejności?

? Jak będziemy mierzyć efektywność podjętych działań?

? Kto i w jakim zakresie będzie zaangażowany w realizację poszczególnych działań niezbędnych do wdrożenia?

P Podsumowanie

Mamy świadomość, że zaprezentowane podejście i etapy pracy dla wielu innowatorów i liderów nie są niczym nowym, nawet gdy z terminem projektowania skoncentrowanego na użytkownika (*human centered design*) po raz pierwszy spotkali się w naszej publikacji. Sytuacja ta nie tylko nas cieszy, lecz także nie zaskakuje. Projektowanie jest bowiem procesem bardzo intuicyjnym, w którym najważniejsze są empatia i ciekawość.

Liczymy jednak, że niezależnie od tego, czy opisane podejście było nowe, czy też oswojone, to zaproponowane narzędzia zachęcą Was do być może

nieco bardziej usystematyzowanej realizacji danego etapu prac, a opisane inicjatywy utwierdzą w przekonaniu, jak ogromna jest moc we współpracy międzysektorowej.

W ramach dotychczasowych wspólnych działań:

- wsparliśmy 30 projektów międzysektorowych,
- przekazaliśmy 1 000 000 zł na wsparcie finansowe i merytoryczne projektów,
- przeprowadziliśmy 1400 godzin warsztatowo-doradczych.

Podziękowania

Dziękujemy naszym partnerom
za zaangażowanie w działalność
Forum Inicjowania Rozwoju:

Justyna Błaszak-Gondek, Regionalna
Izba Gospodarcza Pomorza

Agata Chrul, Urząd Marszałkowski
Województwa Pomorskiego

Monika Dmitrzak, Agencja Rozwoju
Pomorza S.A.

Natalia Graban, 2pi Media

Dawid Jastrzębski, Regionalne
Centrum Wolontariatu w Gdańsku

Monika Hinc, Fundacja Inicjowania
Rozwoju „UP FOUNDATION”

Tomasz Limon, Pracodawcy Pomorza

Małgorzata Lipska, Pracodawcy
Pomorza

Katarzyna Majchrzak, Farm Frites
Poland S.A.

Damian Mucha, Regionalna Izba
Gospodarcza Pomorza

Agnieszka Płoska, Kobieta z Tłumu

Martyna Rompa, Urząd Marszałkow-
ski Województwa Pomorskiego

Sławomir Ronkowski, LPP SA

Magdalena Rzeszotalska,
Polpharma S.A.

Natalia Siuda-Piotrowska,
Fundacja Inicjowania Rozwoju
„UP FOUNDATION”

Dorota Sobieniecka, Gdański Klub
Biznesu

Marta Soboń, 2pi Media

Grzegorz Szczuka, Urząd Miejski w Gdańsku

Jolanta Szydłowska, Pomorski
Związek Pracodawców LEWIATAN

Jowita Twardowska, MTG SA
(Amber Expo) „UP FOUNDATION”

Katarzyna Weremko, Urząd Marszał-
kowski Województwa Pomorskiego

Małgorzata Wokacz-Zaborowska,
Pomorska Izba Rzemieślnicza Małych
i Średnich Przedsiębiorstw

Aleksandra Wołodko, PeRpective
CSR, Fundacja Inicjowania Rozwoju
„UP FOUNDATION”

Kasia Wróblewicz, Polski Instytut Etyki

Patrycja Zbytniewska, LPP SA

Partnerzy Strategiczni

LPP



Partnerzy



ERGO
HESTIA®



PERS
PECTIVE
CSR



Agencja Rozwoju Pomorza S.A.



> scalac



Pozostałe inicjatywy dofinansowane w ramach Funduszu Inicjowania Rozwoju

Kaszubska Akademia Przedsiębiorczości

www.inkubatorkartuzy.com.pl

Kaszubska Akademia Przedsiębiorczości to projekt, którego potrzeba leżała w obserwacjach Inkubatora dotyczących niskiego poziomu przedsiębiorczości w Kościerzynie, małej liczby nowo zakładanych firm i ogólnej niskiej aktywności mieszkańców w zakresie rozwijania i podnoszenia kompetencji zawodowych.

Chęć aktywizacji mieszkańców i zainteresowanie ich możliwościami prowadzenia własnej działalności to główne cele stawiane w Akademii Przedsiębiorczości. Dzięki współpracy z Miastem Kościerzyna i Spółdzielnią Socjalną Pasja udało się wspólnie przygotować program i zachęcić do uczestnictwa odpowiednią liczbę osób. W ramach Kaszubskiej Akademii Przedsiębiorczości przyszli i funkcjonujący przedsiębiorcy kościerscy otrzymali kompleksowe narzędzie wsparcia: specjalistyczne doradztwo, szkolenia grupowe i konsultacje biznesowe.

Lider projektu:

Fundacja Pomorski Inkubator Przedsiębiorczości

Partnerzy:

Miasto Kościerzyna,
Spółdzielnia Socjalna PASJA

Rok wsparcia:

Edycja I – 2014

Pomorskie Kluby Rodzica

www.facebook.com/mamyzmorza

Pomorskie Kluby Rodzica to efekt obserwacji Fundacji Mamy z Morza i potrzeb, jakie dostrzegły liderki organizacji w swoim otoczeniu. Zainicjowały one Pomorskie Kluby Rodzica w Kartuzach, Kościerzynie i Pucku.

W każdym mieście odbyły się cztery spotkania dla rodziców, podczas których mogli się oni dowiedzieć, jak powołać i prowadzić Klub Rodzica, jak lokalny samorząd może pomóc w funkcjonowaniu klubu, odbyło się także spotkanie zabawowe, którego celem jest pokazanie, jak spotkania klubu mogą wyglądać, oraz warsztaty motywacyjne. Na wszystkie zajęcia można było przyjść z dziećmi, były one otwarte i bezpłatne.

Projektowi partnerowały Biblioteka Wojewódzka, która udostępniała przestrzeń na spotkania i wspierała w promowaniu wydarzeń, oraz Clementoni, produkująca zabawki firma, która wsparła go rzeczowo oraz merytorycznie. Spotkania Klubów Rodzica cieszyły się sporym zainteresowaniem, często też organizatorzy spotykali się z pytaniami z innych miejscowości o przeprowadzenie u nich takich kursów.

Lider projektu:

Fundacja Mamy z Morza

Partnerzy:

Wojewódzka i Miejska Biblioteka Publiczna im. Josepha Conrada-Korzeniowskiego w Gdańsku, CLEMENTONI POLSKA Sp. z o.o.

Rok wsparcia:

Edycja I – 2014

Maraton MTB Kociewie Szlakiem

www.facebook.com/groups/gkstg

Maraton MTB Kociewie Szlakiem to przede wszystkim olbrzymia promocja regionu Kociewia. Głównym założeniem jest wyścig rowerów górskich, którego trasa prowadzi szlakami turystycznymi, wąskimi ścieżkami i leśnymi duktami znajdującymi się nieopodal Starogardu Gdańskiego.

Maraton to malowniczo usytuowane biuro zawodów (Leśniczówka Szpegawsk), atrakcyjne nagrody pieniężne dla najlepszych kolarzy, mnóstwo atrakcji dla kibiców, profesjonalna obsługa i organizacja oraz rozrywka dla dzieci. Dodatkowym elementem projektu było stworzenie stałego oznakowania trasy oraz przewodnika multimedialnego. Stałe oznakowanie trasy pozwala sportowo nastawionym rowerzystom sprawdzać się regularnie na oznaczonej pętli, trenować zarówno technikę, jak i inne elementy kolarskiego rzemiosła. Turystom rowerowym nastawionym na rekreację pomaga zwiedzać ciekawe miejsca regionu bez obawy przed zgubieniem się w lesie, a także w sposób uporządkowany poznawać walory trasy i ważne miejsca położone wzdłuż szlaku rowerowego. Dodatkowo całość trasy i wszystkie ważne elementy zostały opracowane w przewodniku multimedialnym.

Maraton MTB „Kociewie Szlakiem” został przygotowany we współpracy z Firmą Nikbut Bis, która zasponsorowała część nagród i udzieliła wsparcia promocyjnego, oraz Gminą Starogard Gdański, która stale wspiera projekt organizacyjnie. „Kociewie Szlakiem” jest kontynuowanym projektem, który co roku popularyzuje region Kociewia, promuje zarówno kolarstwo MTB, jak i turystykę rowerową. Jest stałą regionalną atrakcją dla mieszkańców i turystów z całej Polski.

Lider projektu:

Grupa Kolarska Starogard Gdański

Partnerzy:

Nikbut Bis,
Gmina Starogard Gdański

Rok wsparcia:

Edycja I – 2014

Boisko sportowe we wsi Złe Mięso

www.facebook.com/OSP-Z%C5%81E-MI%C4%98SO-405581932959292/

W Złym Mięsie, małej wsi w powiecie chojnickim, nie istniała żadna infrastruktura sportowa. Ochotnicza Straż Pożarna Złe Mięso, wspólnie z gminą i lokalnymi przedsiębiorcami, postanowili to zmienić. Wspólnymi siłami przygotowali boisko, na którym przede wszystkim dzieci i młodzież, ale także pozostali mieszkańcy wsi, mogą spędzać aktywnie czas.

Lider projektu:

Ochotnicza Straż Pożarna Złe Mięso

Partnerzy:

Urząd Miasta i Gminy Czersk,
Ośrodek Kultury w Łęgu,
Firma Produkcyjno-Handlowo-Usługowa
Szymon Lewandowski,
Tomasz Pozorski Usługi Ślusarskie,
Koło Gospodyń Wiejskich „Łężanki”

Rok wsparcia:

Edycja II – 2015

Razem przy stole

www.facebook.com/RazemPrzyStole/

Projekt RAZEM PRZY STOLE to innowacyjna kampania społeczna, której celem było kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych i promowanie wspólnie spędzanego czasu przez rodziny dzięki spożywaniu posiłków w bliskim gronie.

W ramach kampanii organizowano warsztaty wspólnego gotowania i przygotowywania posiłków dla całych rodzin, prowadzono wykłady o zdrowym żywieniu, organizowano comiesięczne happeningi, których celem było zwrócenie uwagi na istniejący problem szybkiego niezdrowego jedzenia „w biegu” i braku spotkań rodzinnych przy wspólnym stole.

Udział partnerów polegał przede wszystkim na wsparciu marketingowym i promocyjnym przez firmę Milk Consulting Jarosław Śmigiel oraz użyczeniu przestrzeni i wsparciu w organizacji warsztatów przez Pomorski Park Naukowo-Technologiczny. Dzisiaj Spółdzielnia Razem realizuje misję edukowania w zakresie zdrowego żywienia w swojej codziennej działalności jako firma cateringowa.

Lider projektu:

Spółdzielnia Socjalna RAZEM

Partnerzy:

Pomorski Park Naukowo-Technologiczny Gdynia,
Milk Consulting J Śmigiel Spółka Jawna

Rok wsparcia:

Edycja II – 2015

Zielone światło dla ekorozwoju Gminy Wicko

<https://inicjatywa.wicko.eu/>

Główną ideą projektu było zwiększenie działań edukacyjnych przyczyniających się do pobudzenia aktywności mieszkańców gminy Wicko w zakresie sportu, zrównoważonego rozwoju, ekologii i ochrony środowiska na obszarze Słowińskiego Parku Narodowego.

Do wspólnych działań zachęcono grono partnerów samorządowych, w tym Szkołę Podstawową, GOKiS w Wicku, Słowiński Park Narodowy. Biznes reprezentował lokalny przedsiębiorca – pałac Poraj. W ramach projektu zorganizowano szereg konkursów szkolnych dla dzieci i młodzieży, przeprowadzono imprezy dla mieszkańców, np. Konkurs Jazdy na Byle Czym czy wspólny bieg nordic walking. We wszystkich realizowanych działaniach podkreślano rolę przyrody i konieczność troszczenia się o nią.

Największym sukcesem projektu był bardzo duży udział mieszkańców gminy w proponowanych działaniach, co pokazuje, jak ważne są działania integrujące lokalną społeczność.

Lider projektu:

Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Gminy Wicko „Inicjatywa”

Partnerzy:

Gminny Ośrodek Kultury i Sportu w Wicku, Szkoła Podstawowa w Szczurzy oraz Słowiński Park Narodowy, Pałac Poraj oraz Stowarzyszenie Rozwinąć Skrzydła

Rok wsparcia:

Edycja II – 2015

„Na Start”

www.forumrozwoju.org.pl

Projekt „Na Start” to wsparcie dla 13 młodych osób z domów dziecka w procesie usamodzielniania się i wchodzenia w dorosłe, odpowiedzialne życie, poprzez zwiększenie świadomości oraz umożliwienie zdobycia doświadczenia zawodowego, które pomoże im w budowaniu własnej ścieżki kariery i wyborze drogi życiowej.

Szerokie międzysektorowe partnerstwo tego projektu to przede wszystkim wzajemne wsparcie merytoryczne i organizacyjne. W ciągu 11 miesięcy trwania projektu zorganizowano i przeprowadzono: szereg spotkań grupowych i indywidualnych spotkań mentoringowych dla uczestników, treningi sportowe z udziałem zawodowych sportowców, lekcje języka angielskiego, szkolenia i coaching kariery, zajęcia fakultatywne rozwijające zainteresowania, tj. fotografia, tańiec, działania wolontariackie uczestników w ramach Torus Triathlon in Da House, uczestnictwo w imprezie sportowej „Runmageddon”, trzydniowy wyjazd integracyjny dla uczestników projektu. Bardzo ważnym elementem były jedno- i dwumiesięczne staże zawodowe w Piekarni Pellowski, restauracji Pasta House, firmie marketingowej You’ll oraz firmie outsourcingowej WNS Global Services.

Ambasadorami projektu byli: Iwona Guzowska, Jarosław Bieniuk, Dariusz Michalczewski.

Lider projektu:

Fundacja Wybiegaj Marzenia

Partnerzy:

Dom Dziecka na Wzgórzu,
BlueMedia Sp.z o.o.,
Human Concept&Solutions Monika Reszko,
Gdańska Fundacja Innowacji Społecznej

Rok wsparcia:

Edycja II – 2015

Bar Centrala

www.gfis.pl

Bar Centrala to kantyna społeczna, będąca miejscem pracy, staży i praktyk dla wychowanków usamodzielniających się z placówek opiekuńczo-wychowawczych.

Bar został uruchomiony w 2017 roku w budynku Urzędu Miasta w Gdańsku. W Centrali utworzono siedem stanowisk pracy, w tym aż pięć dla osób wywodzących się z pieczy zastępczej (także manager). Bar niestety zakończył swoje działanie w okresie pandemii.

Lider projektu:

Fundacja Innowacji Społecznej

Partnerzy:

Urząd Miejski w Gdańsku,
Catering Janusz Małyszko

Rok wsparcia:

Edycja III – 2016

Spółeczna Pracownia Tkacka Luceta

www.fundacjanadaktywni.org

Ten projekt to spełnienie marzenia o tkaniu i integracji międzypokoleniowej. W ramach inicjatywy powstała pracownia tkacka, w której na starych tradycyjnych krosnach, w tym jednym z 1937 roku, kobiety w różnym wieku uczą się tradycyjnego tkania.

Inicjatywa to promocja tradycji regionalnej, ale też wyrobienie w uczestnikach projektu (zwłaszcza seniorkach) poczucia, że ich umiejętności są potrzebne i ważne dla lokalnej społeczności. Dzięki Lucecie udało się uruchomić działania integrujące pokolenia, wyrobić poczucie dumy z dokonań przodków i historii Pomorza, ale również wzmocnić integrację międzypokoleniową. W ramach współpracy z Hurtownią Jola dokonywano zakupów niezbędnych do tkania materiałów oraz potrzebnych sprzętów (hurtownia pomagała w dotarciu do producentów, finansowała część kosztów), a dzięki współpracy z GOKSiR zrealizowano Święto Tkaczek.

Lider projektu:	Fundacja Nadaktywni
Partnerzy:	Hurtownia Jola, GOKSiR Chmielno
Rok wsparcia:	Edycja III – 2016

100.RE.PL Pierwszy w Polsce Sklep Kooperacyjny

www.100.org.pl

100re.pl to pierwszy w Polsce sklep kooperacyjny, łączący ideę przedsiębiorczości społecznej z realnym rozwiązaniem problemu bezrobocia osób niepełnosprawnych. Pomysł opiera się na współpracy spółdzielni socjalnych, warsztatów terapii zajęciowej i organizacji pozarządowych z doświadczonym zespołem marketingowo-sprzedażowym i stworzeniu wspólnej oferty designerskich produktów, sprzedawanych za pośrednictwem internetu przy pomocy platformy sprzedażowej. Dziś usługi Spółdzielni Socjalnej 100 procent są dostępne pod adresem www.100.org.pl.

Lider projektu:

Spółdzielnia Socjalna 100 procent

Partnerzy:

Best Awards,
Zespół Szkół Specjalnych nr 5 w Sopocie

Rok wsparcia:

Edycja III – 2016

Warsztat Gastronomiczny w Centrum Integracji Społecznej w Lęborku

www.bar-miejski-lebork.business.site

Warsztat gastronomiczny jest częścią Centrum Integracji Społecznej w Lęborku, które założyło Stowarzyszenie EDUQ. Jego utworzenie przyczyniło się do aktywizacji społecznej i zawodowej 25 zagrożonych wykluczeniem osób i ich otoczenia.

Warsztat gastronomiczny przyucza do pracy w gastronomii, a jednocześnie dzięki grupom wsparcia i zajęciom terapeutycznym pomaga rozwiązywać problemy rodzinne i osobiste osób, które biorą udział w zajęciach, i podnosić ich motywację do poprawy własnego życia. Rola partnerów to przede wszystkim udzielenie lokalu przez Miasto Lębork i wsparcie finansowe oraz merytoryczne w zakresie organizacji warsztatu przez firmę Farm Frites Poland S.A..

Lider projektu:	Stowarzyszenie EDUQ
Partnerzy:	Farm Frites Poland S.A., Miasto Lębork
Rok wsparcia:	Edycja III – 2016

Naklejka na wszelki wypadek

www.nastodwa.eu

Naklejka na wszelki wypadek to niewielki projekt pod kątem dofinansowania (jedynie 2000 zł), ale olbrzymi ze względu na swoje znaczenie. W ramach projektu seniorki z lęborskiego Stowarzyszenia na 102 przygotowały i rozdały ponad 800 pudełek życia oraz 4500 naklejek życia na terenie powiatu lęborskiego.

Idea pudełek jest prosta: osoby starsze, samotne, chore przechowują w lodówce pudełko zawierające kartkę z najważniejszymi informacjami dotyczącymi zdrowia, kontaktu do najbliższej rodziny, zażywanych leków. O tym, że pudełko znajduje się w lodówce, informuje naklejona na nią naklejka (na wszelki wypadek). W sytuacji, gdyby konieczny był przyjazd karetki pogotowia, ratownicy medyczni będą wiedzieli, gdzie szukać informacji o danej osobie. Takie działania mogą przyczynić się do ratowania życia osób samotnych, co zostało potwierdzone w trakcie realizacji projektu: dzięki naklejce i pudełku życia oraz znajdującym się w nim informacjom udało się uratować życie starszej pani.

Lider projektu:	Stowarzyszenie na 102
Partnerzy:	MOPS w Lęborku, MERMET
Rok wsparcia:	Edycja III – 2016

Mała architektura placu zabaw w Tuchomiu

www.facebook.com/Stowarzyszenie-Kulturalno-Sportowe-Vigo-Tuchom-493516567407063/

Celem projektu było wyposażenie powstającego placu rekreacyjno-wypoczynkowego w Tuchomiu w elementy małej architektury.

Partnerstwo wnioskowało o zakup trzech siłowni na powietrzu, siłownię treningową – zestaw street workout oraz trzy sztuki wyposażenia placu zabaw. Z funduszu sołectkiego zakupiono materiały budowlane i ogrodzenie. Mieszkańcy w czynie społecznym wydzielili teren 1200 m², wyrównali go, utwardzili i ogrodzili. Kolejnym etapem było wyposażenie placu w niezbędne oprzyrządowanie. Dzięki temu na terenie Tuchomia można prowadzić zajęcia sportowe dla mieszkańców, poczynając od dzieci, młodzieży, osób dorosłych, a kończąc na seniorach. Spełniło się marzenie o mobilizowaniu mieszkańców do aktywnego wypoczynku w formie zajęć sportowych.

Lider projektu:

Stowarzyszenie Kulturalno-Sportowe VIGO
TUCHOM

Partnerzy:

ES KASZUBY Spółka z o.o.,
Gmina Żukowo,

Rok wsparcia:

Edycja IV – 2018

Inkubator Sąsiedzkiej Energii – Chełm

www.fundacjanova.org.pl

Projekt zakładał zwiększenie zaangażowania i wzmocnienie tożsamości mieszkańców zdegradowanej dzielnicy Gdańska – starego Chełmu, poprzez stworzenie Inkubatora Sąsiedzkiej Energii (ISE) – lokalnej instytucji aktywizacji i edukacji, prowadzonej przez lokalną społeczność, działającej regularnie. Celem partnerstwa było stworzenie warunków do rozwoju wspólnoty lokalnej.

Lider projektu:	Fundacja NOVA
Partnerzy:	Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Gdańsku, KOSTBET, Rada dzielnicy Chełm
Rok wsparcia:	Edycja V – 2019

Gniewino – dobre miejsce

www.business.facebook.com/Gniewinodobremiejsce

Celem projektu była zmiana wizerunku kół gospodyń wiejskich na Pomorzu, odświeżenie wiedzy na temat tej grupy, przedstawienie jej w innowacyjnym świetle i zachęcenie młodego pokolenia do wstępowania do KGW.

Projekt był sposobem niwelowania stereotypu kół gospodyń wiejskich. Miał za zadanie wzbudzić ciekawość młodych ludzi i pokazać, że zaangażowanie się w tę działalność przynosi korzyści. W ramach projektu stworzono wirtualny katalog oferty kół gospodyń wiejskich. Katalog ma za zadanie promować działalność KGW oraz dziedzictwo kulturowe i kulinarne Pomorza.

Lider projektu:

Stowarzyszenie Turystyczne „Gniewino Dobre Miejsce”

Partnerzy:

Centrum Kultury, Sportu, Turystyki i Biblioteka w Gniewinie,
Spółka Centrum Sportowo-Konferencyjne Gniewino

Rok wsparcia:

Edycja V – 2019

CIEKAWA – mobilny coffee point

www.ciekawa.com.pl

Mobilny punkt CIEKAWA KAWIARNIA to inicjatywa stworzona przez CIEKAWĄ Spółdzielnię Socjalną. Głównym beneficjentem tego projektu były dorosłe osoby z niepełnosprawnością intelektualną wychodzące z Warsztatów Terapii Zajęciowej. Poza prowadzoną w Gdańsku kawiarnią Spółdzielnia uruchomiła punkt mobilny, aby poszerzyć swoją ofertę, a tym samym możliwości biznesowe przedsiębiorstwa społecznego. Dzięki temu zyskała szansę na obecność na wydarzeniach, konferencjach, spotkaniach.

Lider projektu:	Ciekawa Spółdzielnia Socjalna
Partnerzy:	Urząd Miejski w Gdańsku, COFFEE TIME – palarnia kawy
Rok wsparcia:	Edycja V – 2019

Artystyczna Inicjatywa

www.m.facebook.com/kceluzino/?locale2=pl_PL

Każdego roku ponad jedna trzecia całej populacji cierpi na zaburzenia psychiczne. Problem ten jest szczególnie dotkliwy we wsiach i w małych miejscowościach, gdzie zjawisko stygmatyzacji osób chorujących psychicznie jest nasilone. Istnieją też olbrzymie utrudnienia z dostaniem się do terapeuty, psychiatry, psychologa.

Z misją wspierania osób chorujących psychicznie w Luzinie zawiązała się Artystyczna Inicjatywa, która podjęła się upowszechniania wiedzy na temat problemu chorób psychicznych poprzez sztukę. W ramach projektu stworzono m.in. wyjątkowy mural w Luzinie oraz objęto specjalistycznym wsparciem doradczo-terapeutycznym 10 osób z Gminy Luzino, które cierpią z powodu choroby psychicznej i doświadczały stygmatyzacji i wykluczenia. Partnerzy od początku wierzyli, że angażowanie się w prace artystyczne stanowi remedium na wiele problemów naszych czasów. Artystyczna Inicjatywa powstała dzięki ludziom pełnym pasji i chęci zmiany społecznej w jednej z największych wsi w Polsce.

Lider projektu:

Stowarzyszenie Kaszubskie Centrum Edukacji „Vademecum”

Partnerzy:

Cafe Ambassador,
Gminny Ośrodek Kultury w Luzinie,
Niepubliczna Poradnia Psychologiczno-
-Pedagogiczna w Luzinie,
Stowarzyszenie Na Drodze Ekspresji,
Pomorska Koalicja na rzecz Zdrowia Psychicznego

Rok wsparcia:

Edycja VI – 2020

POJAĆ GŁĘBIĘ dla osób z dysfunkcją wzroku

www.browarspoldzielczy.com/pojac-glebie

POJAĆ GŁĘBIĘ – innowacyjny program nurkowania, którego dotychczasowym celem było i jest wzmacnianie niezależności, poczucia własnej wartości i pewności siebie u osób z niepełnosprawnością intelektualną. W ramach projektu stworzono zupełnie nową odśłonę. Opracowano specjalny program nurkowania dla osób z dysfunkcją wzroku. W programie kursami nurkowania objęte są osoby z dysfunkcją wzroku, powstaje specjalny tor podwodny do ćwiczeń dla uczestników oraz podręcznik.

W projekcie zaplanowano pilotaż dla grupy 12 podopiecznych fundacji I See You, którzy w ramach programu mogli wziąć udział w kursie nurkowania wspólnie ze specjalnie przeszkolonymi asystentami. W celu poszerzenia działań i dostosowania się do potrzeb osób z dysfunkcją wzroku przygotowano wersję podręcznika specjalnie dopasowaną do ich potrzeb.

Druk transparentny jest doskonałą alternatywą dla tradycyjnych książek, w szczególności gdy czytelnikami są osoby z dysfunkcją wzroku. Podręcznik wykonany w formie wypukłej pozwala osobie niewidomej odczytać treść za pomocą punktowego pisma Braille'a, a osobie słabo widzącej na odczytanie powiększonej czcionki.

Lider projektu:

Spółdzielnia Socjalna Dalba

Partnerzy:

Fundacja I see You,
Happy Dive

Rok wsparcia:

Edycja VI – 2020

#SELF.IE kampania społeczna

www.educhallenge.pl

SELF.IE to jedna z pierwszych w Polsce ciałopozytywnych kampanii dla młodzieży. Co druga 15-latka i co trzeci 15-latek w naszym kraju nienawidzi własnego ciała. Tak wynika z najnowszego raportu Światowej Organizacji Zdrowia z maja 2020 r.

Twórcy kampanii wychodzą z założenia, że nie zmienią od razu całego świata, ale powoli i systematycznie będą budować poczucie samoakceptacji i własnej wartości u młodych osób. Ich celem jest tworzenie ciałopozytywnej przestrzeni w gdańskich szkołach.

W ramach kampanii przeprowadzono cykl bezpłatnych warsztatów dla trójmiejskiej młodzieży. Zapewniono również dostęp do bezpłatnych konsultacji z doświadczonymi psycholożkami i psychologami. Podczas nich nastolatki będą mogli indywidualnie pracować nad postrzeganiem siebie i swojego ciała.

Lider projektu:

Stowarzyszenie Educational Challenge

Partnerzy:

Projekt PR,
Zespół Szkół Ogólnokształcących nr 8
im. Jana Pawła II

Rok wsparcia:

Edycja VI – 2020

Plansza wiedzy i niewiedzy



Co wiemy?



Co wydaje nam się, że wiemy?



Czego nie wiemy, a powinniśmy?



Odbiorcy



Otoczenie



Nasza organizacja

Persona projektowa



Kim jest?

Jakie ma problemy?

Jakie ma potrzeby?

Co sobie ceni?

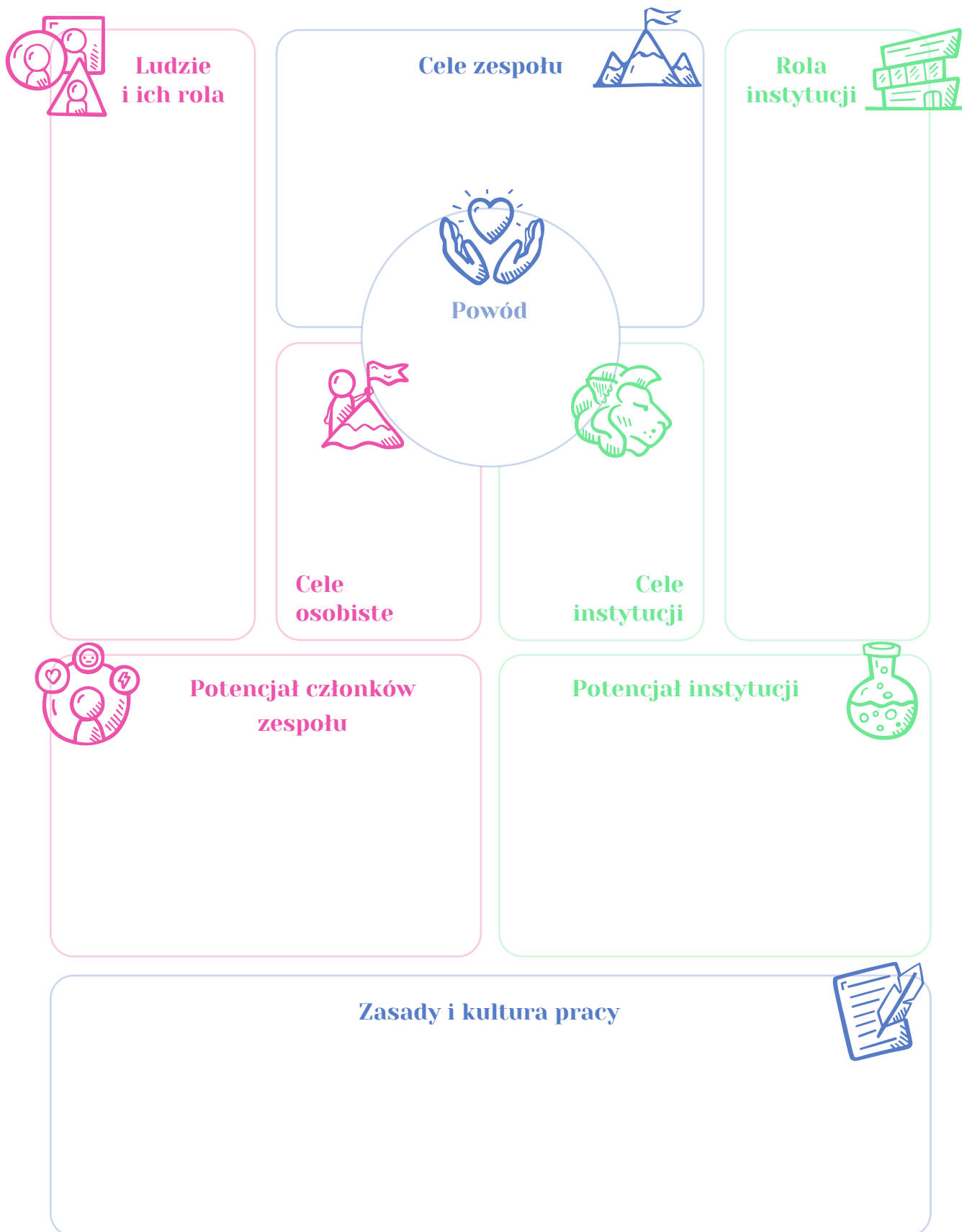
Jak sobie obecnie radzi?

Jakie ma kompetencje?

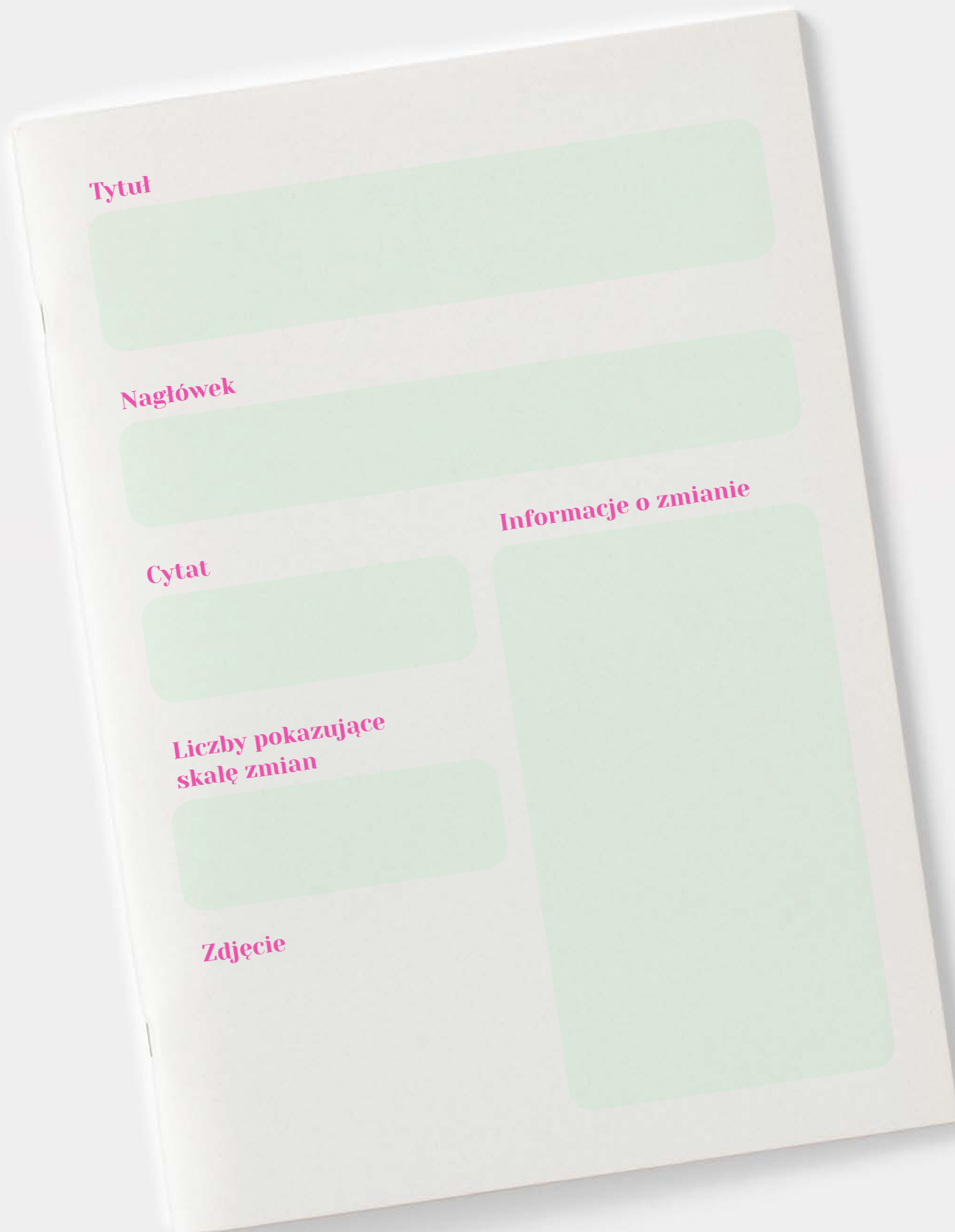
Co ją motywuje?

Motto

Kanwa zespołu



Historia z okładki



Marzenia przekładamy na cele projektowe

Konieczne zmiany

np. infrastruktura, prawo, postrzeganie tematu przez określoną grupę



Four empty rounded rectangular boxes for writing down necessary changes.

Główne cele



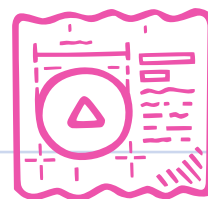
Three empty rounded rectangular boxes for writing down main goals.

Dodatkowe cele



Two empty rounded rectangular boxes for writing down additional goals.

Karta prototypu



Nazwa projektu

Pytania, na które chcemy znaleźć odpowiedź

<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Elementy rozwiązania, które chcemy zaprojektować

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------

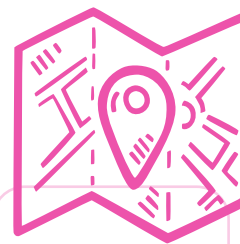
Forma prototypu

Sposób testowania

Testerzy

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------

Mapa usługi



Działania realizowane przez odbiorcę usługi

--	--	--	--

Działania realizowane przez partnera A

--	--	--	--

Działania realizowane przez partnera B

--	--	--	--

Działania realizowane przez partnera C

--	--	--	--

Sposób monitorowania skuteczności działania

--	--	--	--

IDEA E-BOOKA

ODKRYWANIE

PARTNERZY

WIZJA

ROZWIĄZANIE

TESTOWANIE

WDROŻENIE

PODSUMOWANIE