

FORMULARZ ZGŁOSZENIA PROJEKTU SKŁADANEGO JAKO PROPOZYCJA ZADANIA DO BUDŻETU OBYWATELSKIEGO NA POZIOMIE DZIELNIC W ROKU 2015 I 2016	
Dane kontaktowe	
Imię i nazwisko:	Wylączenie jawności w zakresie danych osobowych; na podstawie art. 1 i 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2014 r., poz. 1182 z późn. zm.); Jawność wyłączyła: Weronika Duda, przewodnicząca Komisji ds. Budżetu Obywatelskiego Rady Dzielnicy I Stare Miasto
Adres zamieszkania:	
Wiek*:	
*wniosek może złożyć osoba, która w momencie składania wniosku ukończyła 16 rok życia	
ZADANIE O CHARAKTERZE LOKALNYM	Numer dzielnicy, której dotyczy projekt Dzielnica I Stare Miasto
TYTUŁ PROJEKTU (max 20 wyrazów)	
Mniej ulotek – więcej korzyści	
OPIS PROJEKTU	
Miejsce realizacji projektu: <i>Wskaż ulicę, numer posesji/kwartał ulic</i>	Projekt „miękki”, warsztatowo-szkoleniowy, adresowany do firm korzystających z ulotek jako narzędzia marketingowego, oraz do pracowników rozdających na terenie Dzielnicy I.
Przedmiot projektu <i>Proszę w kilku zdaniach (max 80 wyrazów) opisać czego projekt dotyczy. UWAGA: opis ten zostanie wykorzystany jako „skrócony opis projektu” dla projektów pozytywnie zweryfikowanych</i>	Ulotki to tani dla firm sposób swojej promocji, a dla rozdających je osób często jedyny sposób zarabiania. Jednak nadmiar takich reklam oznacza mnóstwo negatywnych skutków – miasto jest zanieczyszczone, mieszkańcy poirytowani, ulotkowicze nie cieszą się sympatią, a same firmy tracą wizerunek poważnych i odpowiedzialnych. Warsztaty będą służyć wypracowaniu we współpracy z przedsiębiorcami sposobów na ograniczenie liczby wywarzanych i rozprawdzanych ulotek. Jednocześnie ulotkowicze zostaną przeszkoleni, jak rozdawać mniej ulotek, ale z lepszym skutkiem.
Szczegółowy opis projektu <i>Napisz co dokładnie zostanie wykonane i w jakim celu. Opisz dokładnie miejsce na którym realizowany będzie projekt, wskaż główne działania, które będą podjęte przy jego realizacji - max 1000 wyrazów</i>	
Cele projektu: - poprawa estetyki dzielnicy i jakości życia jej mieszkańców poprzez ograniczenie liczby niechcianych druków reklamowych walających się na chodnikach/ulicach - wzrost świadomości „higieny informacyjnej” wśród mieszkańców i przedsiębiorców przyczyniających się do zanieczyszczania miasta - poprawa warunków i atmosfery pracy osób zatrudnionych przy rozdawaniu ulotek	

Realizacja projektu polegać będzie na przeprowadzeniu bezpłatnych warsztatów i szkoleń dla firm reklamujących się za pomocą ulotek i osób pracujących przy ich rozdawaniu.

Warsztaty dla przedsiębiorców służyć będą analizie możliwości zmniejszenia liczby rozdawanych ulotek. Ulotki należą do najtańszych sposobów promocji, powodują jednak poważne koszty estetyczne i ekonomiczne dla miasta i jego mieszkańców. Często też mogą przynosić niekorzystne skutki samym firmom, które reklamują się w ten sposób. Porzucane na ulicach, walające się po chodnikach, wręczane niezyczącym ich sobie przechodniom – negatywnie wpływają na wizerunek marek, które mają wspierać.

Drugą stroną tego medalu jest nacisk na liczbę ulotek rozdawanych przez ulotkowiczów. Tymczasem to nie skala prowadzonych działań reklamowych, lecz ich trafność jest kluczem do sukcesu. Szkolenia dla osób pracujących w ten sposób służyć będą zmianie ich sposobów ich działania.

Celem projektu jest zmniejszenie liczby ulotek i poprawa skuteczności ich oddziaływania. Firmy i miasto będą miały mniejsze koszty (druk, dystrybucja, sprzątanie), lepiej adresowane kampanie podniosą ich skuteczność, a ulotkowicze z natrętów wciskających niechciane reklamy staną się promotorami bardziej odpowiedzialnych społecznie marek.

Uzasadnienie projektu

Należy uzasadnić potrzebę realizacji projektu, w tym przedstawić problem, na który odpowiada projekt - wskaż jak rozwiązanie problemu wpłynie na życie mieszkańców – max 200 wyrazów

Ulotki i druki reklamowe zaśmiecają najbardziej reprezentacyjną część Krakowa, którą jest Dzielnica I. Walają się po chodnikach i ulicach, zaśmiecają tereny zielone, uprzykrzają życie mieszkańcom i psują turystom doznania ze zwiedzania miasta.

Przeprowadzenie poświęconych temu problemowi warsztatów i szkoleń przedsiębiorców i ulotkowiczów będzie skutecznym sposobem na ograniczenie tego niekorzystnego zjawiska. Firmy poprawią swój wizerunek, poprawi się atmosfera pracy osób zarabiających w ten sposób na życie, miasto będzie mniej zaśmiecone, a mieszkańcy i turyści w większym stopniu będą się cieszyć jego walorami, a w mniejszym stresować się nadmiarem niechcianej reklamy.

Zarówno firmy, które wezmą udział w projekcie, jak i samo miasto, zyskają dodatkowo promocyjnie – program jako nowatorski będzie mógł być nagłośniony jako „dobry wzór”. Potraktowanie go jako pilotażu pomoże poprawić sytuację w całym mieście.

Pośrednio projekt przyczyni się również do zacieśnienia więzi społecznych – przedsiębiorcy poznają się między sobą i razem ze specjalistami wypracują rekomendacje dla branży. Ulotkowicze spotykać się będą z mniejszą niechęcią. A mieszkańcy i turyści w mniejszym stopniu choć częściowo uwolnieni od chaosu informacyjnego, bardziej otworzą się na relacje między sobą.

Zakres i zastosowanie projektu

Należy wskazać komu będzie służył projekt i jakie grupy mieszkańców skorzystają na jego realizacji - max 100 wyrazów

Przedsiębiorcy w mniejszym stopniu będą ryzykować wizerunkiem swoich marek, będą też mogli wykazać swoją odpowiedzialność społeczną.

Wzrośnie status i kompetencje ulotkowiczów.

Projekt przysłuży się mieszkańcom dzielnicy poprzez poprawę estetyki środowiska ich codziennego życia. Przyczyni się do wzrostu dumy krakowian ze swego miasta. Gościom i turystom poprawi komfort poznawania Krakowa. Instytucjom miejskich odpowiedzialnym za czystość pomoże w jej utrzymaniu. A dla jednostek odpowiedzialnych za promocję miasta – będzie pretekst do prezentowania rozwiązania jako oryginalnego i wzorcowego dla innych.

Skorzysta przestrzeń publiczna (mniej śmieci) i środowisko naturalne (mniej ulotek to więcej niewyciętych drzew).

HARMONOGRAM DZIAŁAŃ ZWIĄZANYCH Z WYKONANIEM PROJEKTU:

w przypadku większej ilości zadań proszę dodać kolejny wiersz

Lp.	Opis działania:
1.	Przygotowanie programu warsztatowo-szkoleniowego
2.	Dobór wykonawcy lub wykonawców zadania
3.	Dobór trenerów
4.	Opracowanie materiałów szkoleniowych
5.	Druk materiałów szkoleniowych
6.	Promocja projektu
7.	Rekrutacja uczestników
8.	Zapewnienie logistyki projektu (sala, catering, koordynacja)
9.	Przeprowadzenie warsztatów dla przedsiębiorców
10.	Przeprowadzenie szkoleń dla ulotkowiczów
11.	Wypracowanie rekomendacji dla branży
12.	Promocja efektów projektu
13.	Konferencja podsumowująca projekt
14.	Komunikacja projektu w mediach społecznościowych (przez cały czas jego trwania)

SZACUNKOWY KOSZTORYS

Uwzględnij wszystkie składowe projektu – np. materiał, robocizna, zakup sprzętu, itp. Dopasuj do każdej składowej odpowiedni koszt i zsumuj.

Składowe projektu:	Koszt:
1. Przygotowanie programu i dobór wykonawcy	1000
2. Opracowanie i druk materiałów szkoleniowych (2 komplety)	3000
3. Promocja projektu i jego efektów (PR, materiały graficzne, social media)	5000
4. Rekrutacja uczestników (120 h zlecenie, telefony, poczta)	3000
5. Logistyka szkoleń (2 x sala, catering, koordynacja)	3000
6. Wynagrodzenie trenerów (2 osoby – dwa szkolenia)	4000
7. Konferencja podsumowująca projekt	3000
RAZEM:	22 000

ZAŁĄCZNIKI DO PROJEKTU

Do formularza można załączyć dodatkową dokumentację, pomocną przy jego weryfikacji np. szkice sytuacyjne, plany, zdjęcia, wizualizacje oraz dodatkowe materiały.

Lp.	Nazwa załącznika:
1.	Lista poparcia projektu <i>Załącznik obligatoryjny – projekt musi zostać poparty przez min. 15 mieszkańców Dzielnicy, którzy ukończyli 16 rok życia.</i>

OŚWIADCZENIA

- ✓ Oświadczam, iż jestem uprawniona/-y do udziału w zgłaszaniu propozycji projektów poprzez fakt bycia mieszkanką/-ńcem Dzielnicy, której dotyczy złożony przeze mnie projekt propozycji zadania.
- ✓ Oświadczam, iż wszystkie podane w formularzu oraz załącznikach informacje są zgodne

z aktualnym stanem prawnym i faktycznym wraz z załącznikiem stanowiącym listę poparcia dla projektu.

- ✓ Informacja: podane dane osobowe zabezpieczone są na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2014 r. poz. 1182), na drodze zgłoszenia zbioru danych do GIODO. Administratorem danych jest Prezydent Miasta Krakowa z siedzibą w Krakowie, Pl. Wszystkich Świętych 3-4. Dane osobowe przetwarzane są wyłącznie w celu realizacji Budżetu obywatelskiego miasta Krakowa i nie będą przekazywane innym odbiorcom. Osobie, której dane dotyczą, przysługuje prawo dostępu do treści jej danych oraz możliwość ich poprawiania. Podanie danych jest dobrowolne jednak bez ich podania nie jest możliwe uczestnictwo w procesie.

Podpis składającego projekt:

Wyłączenie jawności w zakresie danych osobowych; na podstawie art. 1 i 6 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2014 r., poz. 1182 z późn. zm.);
Jawność wyłączyła: Weronika Duda, przewodnicząca Komisji ds. Budżetu Obywatelskiego Rady Dzielnicy i Stare Miasto