

## OPIS DOBREJ PRAKTYKI

### 1. Dane dotyczące podmiotu ubiegającego się o wpis

nazwa inicjatywy	PROjekt Charity
nazwa podmiotu	Łukasz Jurkiewicz wraz z zespołem Agencji PR Pan Pikto
dokładny adres	ul. Jana III Sobieskiego 8a/4, 40-082 Katowice
gmina	Katowice
powiat	Katowice
województwo	Śląskie
telefon	32 74 74 674
adres strony internetowej	<a href="http://www.panpikto.pl">www.panpikto.pl</a>
faks	-
adres e-mail	<a href="mailto:zapytajopr@panpikto.pl">zapytajopr@panpikto.pl</a>

### 2. Charakter podmiotu

Obywatele zorganizowani (zaznacz):

- w radach i komitetach utworzonych przez władze publiczne
- w radach i komitetach zorganizowanych z inicjatywy mieszkańców
- zebraniach wiejskich i sołectwach
- w organizacjach pozarządowych
- nieformalnych grupach obywatelskich
- indywidualne osoby

### 3. Rodzaj(e) podjętych działań na rzecz realizacji potrzeb społeczności lokalnej (zaznacz):

- realizacja zadań publicznych na zlecenie władz lokalnych
- działalność charytatywna i opiekuńcza
- działalność edukacyjna i wychowawcza
- działalność wspierająca rozwój społeczności lokalnej
- działalność na rzecz podniesienia warunków życia
- działalność na rzecz zachowania i rozwoju lokalnych wartości kultury i tradycji

#### 4. Przedmiot działalności

PROjekt Charity to autorski, systemowy program działań CSR, łączący biznes z III sektorem tak, aby podmioty, działające w tych obszarach, mogły się nawzajem wspierać. Realizowany jest on podczas dwóch wakacyjnych miesięcy. Celem projektu jest odpowiedź na konkretne potrzeby, zgłaszane przez organizacje pozarządowe, a także umożliwienie studentom odbycia stażu i zdobycia doświadczenia. Stanowi to doskonały sposób na wykorzystanie zgromadzonej wiedzy i doświadczenia w działaniach na rzecz innych.

#### 5. Opis działań

Inicjatorem i twórcą PROjektu Charity jest Łukasz Jurkiewicz, który wraz z zespołem Agencji PR Pan Pikto postanowił poświęcić dwa wakacyjne miesiące na merytoryczną i finansową pomoc organizacjom pozarządowym. Funkcjonowanie mikrofirmy, jaką jest Agencja PR Pan Pikto, oparte jest na działaniach społecznie odpowiedzialnych. PROjekt Charity z kolei jest głównym założeniem firmowej strategii CSR.

PROjekt Charity przez zespół agencyjny zapoczątkowany został w 2009 roku. Impulsem do podjęcia takich działań były kierowane do zespołu prośby o wsparcie rzeczowe lub finansowe ze strony organizacji pozarządowych, a także zapytania o możliwość odbycia stażu przez studentów. Od tego momentu każdego roku pracownicy Agencji PR Pan Pikto realizują projekt na rzecz konkretnej organizacji pozarządowej lub grupy podmiotów z III sektora.

Każda edycja PROjektu Charity jest inna ze względu na realizowany cel oraz osoby i organizacje, z którymi zespół agencyjny współpracuje. Formuła poszczególnych edycji projektu jest taka sama. Obrazowo przedstawiona zostanie ona na przykładzie IV edycji PROjektu Charity.

IV edycja PROjektu Charity zadedykowana została przez zespół agencyjny organizacjom pozarządowym z Mysłowic. Przyczyną, dla której wybrano to miasto, była mała aktywność społeczna, a także niska świadomość mieszkańców na temat działalności organizacji pozarządowych w Mysłowicach. Działania miały na celu zaktywizowanie społeczności lokalnej, pogłębienie jej wiedzy na temat III sektora, a także zachęcenie mieszkańców do brania czynnego udziału w działaniach instytucji (jako wolontariusze).

W PROjekcie Charity uczestniczyli pracownicy agencji, odbywający staże studenci oraz 14 organizacji pozarządowych. Projekt trwał od lipca do września, a jego zwieńczeniem był Piknik w ramach Dnia Mysłowickich Organizacji Pozarządowych. Działania z wymienionymi podmiotami prowadzone były przez zespół agencyjny na zasadzie współpracy partnerskiej.

Począwszy od lipca, raz w tygodniu zespół Agencji PR Pan Pikto prowadził dla organizacji pozarządowych warsztaty, dzięki którym uczestnicy mogli nabyć wiedzę m.in. z zakresu badań marketingowych, relacji z mediami, czy pozyskiwania funduszy.

Na początku projektu zespół agencyjny wraz z organizacjami pozarządowymi przeprowadził badania marketingowe, których celem było zdobycie informacji dotyczących świadomości myśłowiczian na temat działalności III sektora w mieście. Wyniki badań pokazały, że wiedza na temat działalności organizacji pozarządowych w ogóle jest znikoma. Podobnie można powiedzieć o wiedzy dotyczącej się działalności lokalnych podmiotów. Zebrane dane dały odpowiedź na pytanie dotyczące tego, co stanowi największy problem organizacji i jakie należy podjąć kroki, aby organizacja pikniku przyniosła oczekiwane efekty. Następnie, wraz z organizacjami prowadzone były działania zmierzające do zorganizowania DMOPu, przy pomocy merytorycznej i finansowej pracowników agencji.

Dzień Myśłowickich Organizacji Pozarządowych odbył się we wrześniu. W jednym miejscu zgromadziło się 14 uczestników Projektu Charity, którzy pokazali mieszkańcom, czym zajmują się na co dzień i jakie są rezultaty ich działalności. Poza prezentacjami poszczególnych organizacji na pikniku odbywały się występy lokalnych artystów. Przygotowano także wiele innych atrakcji (gra miejska, pokaz podpalenia samochodu wraz z akcją strażacką, przejażdżka wozem strażackim, czy podziwianie panoramy z wysięgnika strażackiego).

Ostatnim etapem Projektu Charity była ewaluacja wydarzenia, która przeprowadzona została razem z uczestnikami. Podczas spotkania wspólnie dokonano podsumowania pozytywnych efektów przedsięwzięcia, ale także tych negatywnych, które wymagają korekty w przyszłości. Na koniec organizacjom pozarządowym zespół agencyjny przekazał Katalog Dobrych Praktyk – zbiór wskazówek pomocnych w tym, aby podmioty mogły samodzielnie zorganizować DMOP w przyszłych latach.

## **6. Ocena efektów wdrożenia projektu dla zaangażowania mieszkańców w realizację zadań publicznych**

Podczas wydarzenia rozdano 500 sztuk drukowanych materiałów informacyjnych (w postaci ulotek i broszur). Wiąże się z to z poinformowaniem o działalności organizacji pozarządowych takiej samej, a nawet większej liczby osób.

Organizacje pozarządowe wiedząc, w jaki sposób komunikować się z mieszkańcami i mediami, będą mogły teraz lepiej informować o tym, co robią, promując tym samym ideę wolontariatu. Agencja PR Pan Pikto zakłada, że dzięki temu wydarzeniu wiedza mieszkańców Myśłowic na temat III sektora będzie się powiększać, co może sprawić, że aktywność na rzecz innych będzie wzmożona.

Co więcej, Projekt Charity pozwolił także sprawdzić potencjalnych pracowników. Stażyści zdobyli nie tylko cenne doświadczenie, ale także możliwość zatrudnienia.

## **7. Oszacowanie nakładów poniesionych na organizację i realizację projektu**

Realizacja PRojektu Charity wymagała dużego zaangażowania ze strony całego zespołu agencyjnego. Prowadzenie warsztatów i organizacja Dnia Mysłowickich Organizacji Pozarządowych wymagały od poszczególnych osób poświęcenia ich czasu wolnego. W celach warsztatowych agencja udostępniła także swoje biuro, w którym odbywały się cotygodniowe spotkania. Dużych wysiłków wymagała również koordynacja samego wydarzenia: znalezienie odpowiedniego miejsca wydarzenia, zgromadzenie odpowiedniego wyposażenia (sprzęt nagłaśniający, scena, namioty, ławki, stoły). W tym zakresie Agencja PR Pan Pikto współpracowała z samymi organizacjami.

Poniesione zostały także nakłady finansowe. Wynosiły one 1380 zł (przy włączeniu wkładu sponsorskiego).

## **8. Czy napotkali Państwo trudności, z którymi należało się zmierzyć, aby zrealizować projekt?**

Początkowo trudnością była duża nieufność ze strony organizacji pozarządowych. Wiele podmiotów nie do końca było przekonanych co do dobrowolności działań zespołu agencyjnego i zwykłej chęci niesienia pomocy. Jednak kontakt bezpośredni i rozmowa pozwoliły zespołowe przekonać organizacje do włączenia się w ten projekt.

## **9. Zalecenia dla innych podmiotów zainteresowanych wdrożeniem projektu**

PRojekt Charity to zaangażowanie, pasja, transfer wiedzy i doświadczenia, współpraca i działania na rzecz drugiego człowieka. Ważne jest, by zauważyć potrzeby innych i w miarę możliwości odpowiadać na nie. Zespół Agencji PR Pan Pikto jest przykładem na to, że firma może stanowić grupę osób, które chcą poświęcić swój czas i siły, aby wspierać społeczność, w której żyją.