

**WNIOSEK
O UMIESZCZENIE NA WITRYNIE OBYWATELSKIEJ PROJEKTU
W KATEGORII „OBYWATELSKA INICJATYWA LOKALNA”**

Część I

1. Dane dotyczące podmiotu ubiegającego się o wpis

nazwa inicjatywy	Kampania społeczna „Nie daję, nie biorę łapówek”
nazwa podmiotu	Stowarzyszenie „Normalne Państwo”
dokładny adres	Łowicka 62, 02-531 Warszawa
gmina	m. st. Warszawa
powiat	m. st. Warszawa
województwo	Mazowieckie
telefon	+48 603 224 055
adres strony internetowej	www.normalnepanstwo.pl
faks	brak
adres e-mail	biuro@normalnepanstwo.pl

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

„Nie daję, nie biorę łapówek” to akcja realizowana przez Stowarzyszenie „Normalne Państwo” od 2003 roku. To największa w Polsce społeczna kampania antykorupcyjna. Celem projektu jest promocja etyki, w szczególności w zakresie działań antykorupcyjnych. Jasne zasady kampanii sprawiają, że jest ona bardzo efektywna. Jej uczestnicy jasno deklarują swoją postawę „Nie daję, nie biorę łapówek” i chętnie przyklejają naklejki, pokazując tym samym, że są przeciwni korupcji.

5. Opis działań

Zdaniem organizatorów korupcja jest jednym z najpoważniejszych czynników stojących na przeszkodzie budowania lepszego państwa. Główną ideą projektu jest uświadomienie obywatelom, że walkę z korupcją warto zacząć na najniższym szczeblu, a więc od swojego podwórka. Akcja początkowo skierowana do wszystkich obywateli, obecnie została skierowana do branż najbardziej narażonych na działania korupcyjne, m.in. budowlanej, medycznej, informatycznej.

Celem kampanii jest promocja etyki w biznesie, w szczególności w zakresie działań antykorupcyjnych. Jasne zasady kampanii sprawiają, że jest ona bardzo efektywna, a do akcji przyłączają się kolejne firmy. Uczestniczące w projekcie przedsiębiorstwa jasno deklarują swoją postawę „Nie daję, nie biorę łapówek”. Pracownicy chętnie przyklejają naklejki, pokazując tym samym, że są przeciwni korupcji. Logo akcji dodawane jest do stopek mailowych, partnerzy biznesowi oraz klienci są informowani o akcji poprzez rozsyłane newslettery. Na stronach wielu firm pojawiają się także bannery promujące antykorupcyjną postawę.

W ramach akcji „Nie daję, nie biorę łapówek” rozprowadziliśmy blisko 1 milion naklejek z „figą z makiem” dla korupcji. Spoty promujące kampanie były emitowane w największych stacjach telewizyjnych, Polsat, TVN, TVP. Logo akcji znalazło się w wielu tytułach prasowych, m.in. w: Dzienniku Gazecie Prawnej, Gazecie Wyborczej, Newsweeku, Pulsie Biznesu, Rzeczpospolitej, Super Expressie, Wprost, Życiu Warszawy, Pulsie Biznesu, Wprost, Newsweeku.

O naszych działaniach słyszało, według badania TNS OBOP w 2007, 51% dorosłych Polaków. W 2007 roku za organizację akcji otrzymaliśmy nagrodę Pro Publico Bono.

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

Niemal samego początku kampania zyskała wymiar ogólnokrajowy, zyskując szerokie wsparcie większości Polaków. Dzięki temu, co roku – 23 lutego – obchodzimy ogólnopolski dzień bez łapówki.

Jesteśmy dumni, że w przeciągu ostatnich dziesięciu lat Polska poczyniła znaczny postęp i obecnie znajduje się na 38 miejscu wśród 177 krajów w rankingu Corruption Perception

Index, przygotowywanym przez Transparency International. Warto zaznaczyć, że w ciągu ostatnich lat żaden kraj Europy Środkowo-Wschodniej nie dokonał takiego skoku w rankingu jak Polska. W ciągu dziesięciu lat nasz kraj zanotował awans o 26 pozycji, a wskaźnik percepcji korupcji w tym samym czasie poprawił się o prawie 100% (z 3,6 w 2003 roku do 6,0 w 2013).

Wierzimy, że większość poparcie Polaków dla korupcji zmalało jednak wciąż pozostają sfery zagrożone korupcją. We współpracy z instytucjami publicznymi działamy na rzecz przeciwdziałania temu zjawisku. W tym roku patronat nad akcją objęło Centralne Biuro Antykorupcyjne i Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji, a do aktywnego udziału zaproszono firmy z branży informatycznej i telekomunikacyjnej.

7. Oszacowanie nakładów poniesionych na organizację i realizację projektu

Stowarzyszenie zakłada minimalizację struktur i formalności. Nowoczesna technologia doskonale umożliwi różne formy wymiany myśli i współpracy bez codziennego kontaktu biurowego. Członkowie Stowarzyszenia prowadzą aktywne życie zawodowe, a zdecydowana większość działań na rzecz Normalnego Państwa realizowana jest „po godzinach” i kosztem czasu wolnego, zgodnie z zasadą, 2-4 godziny tygodniowo „pro publico bono”. Jak podkreślają członkowie Stowarzyszenia, centrum organizacji jest tam, gdzie znajduje się inicjatywa.

Kampania społeczna „Nie daję, nie biorę łapówek” jest realizowana ze środków statutowych Stowarzyszenia „Normalne Państwo, grantów m. in. Funduszu Inicjatyw Obywatelskich oraz sponsorów.

Biuro projektu znajduje się przy ul. Łowickiej 62 w Warszawie.

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

Organizacja dużego projektu rodzi różne problemy, przede wszystkim finansowe. Niekiedy nie udaje się przeprowadzić wydarzenia w taki sposób jaki zakłada się na początku.

9. Zalecenia dla innych podmiotów zainteresowanych wdrożeniem projektu

Sformułuj i dopracuj swój Wielki cel.