

## OPIS DOBREJ PRAKTYKI

### 1. Dane dotyczące gminy/powiatu

nazwa inicjatywy	Kampania „Puławoaktywni”
nazwa gminy/powiatu	Urząd Miasta Puławy
dokładny adres	ul. Lubelska 5
województwo	lubelskie
telefon	81 458 60 01
adres strony internetowej	<a href="http://www.um.pulawy.pl">www.um.pulawy.pl</a>
faks	81 458 61 99
adres e-mail	<a href="mailto:um@um.pulawy.pl">um@um.pulawy.pl</a>

### 2. Rodzaj(e) podjętych działań (zaznacz):

- kształtowanie efektywnych systemów konsultacji społecznych i udziału obywateli w formułowaniu strategii rozwoju i prowadzenia polityki lokalnej lub regionalnej;
- wprowadzanie nowatorskich form demokracji lokalnej;
- rozwijanie systemów kontroli i komunikacji społecznej, ze szczególnym podkreśleniem przejrzystości procesów decyzyjnych władz gminy lub powiatu;
- oryginalne formy aktywizacji działalności obywatelskich i współpracy z organizacjami pozarządowymi;
- formy działalności z podmiotami gospodarczymi i ich samorządami na rzecz wspólnoty obywatelskiej i lokalnego rozwoju;
- działania na rzecz wychowania obywatelskiego, w tym pozaszkolne inicjatywy edukacyjne, działania na rzecz młodych mieszkańców gminy lub powiatu;
- decentralizację realizacji zadań publicznych, drogą przekazywania jej organizacjom obywatelskim lub jednostkom bliższym obywateli;
- Inne: kreowanie i stymulacja rozwoju artystycznego mieszkańców. Wskazywanie alternatywnych i twórczych form spędzania wolnego czasu.

### 3. Przedmiot działalności

Puławoaktywni to program aktywizacji obywatelskiej mieszkańców Puław, opierający się na szeregu różnych działań, który ma za zadanie wsparcie inicjatyw wpływających pozytywnie na zewnętrzny wizerunek miasta. Program nawiązuje bezpośrednio do idei Strategii Marki Miasta Puławy: **miasto jako wspólnota ludzi**, oznaczającej specjalne podejście do miasta, traktowanego jako przestrzeń przyjazna dla ludzi – jego mieszkańców, a także turystów. Poprzez stworzenie wspólnej identyfikacji wizualnej, stosowanej przy szeregu inicjatywach, łączymy osoby dynamicznie działające na rzecz lokalnej społeczności, a przede wszystkim na rzecz promocji miasta. Celem programu jest wsparcie inicjatyw oddolnych tak, aby pokazać poparcie władz dla wszelkich aktywności sprzyjających promocji miasta przyjaznego dla wszystkich, miasta zintegrowanego, o wyraźnym i czytelnym kierunku rozwoju, miasta ludzi aktywnych i zdolnych do wspólnego działania.

### 4. Opis działań

W ramach „Puławoaktywnych” organizowane są cykliczne spotkania z ekspertami z różnych dziedzin: nauk ścisłych, historii, sztuki, mediów. Podczas „Oświeconego Miasta” – wydarzenia, które odbywa się w cyklu dwuletnim, do Puław zawitali już Krzysztof Skiba i Beata Tadla. Skiba w trakcie swojego wystąpienia i prezentacji przedstawił jak kultura walczyła z państwem w latach osiemdziesiątych, a także jak współcześnie wygląda praca z mediami w przypadku muzyka. Beata Tadla przedstawiła media tradycyjne – ich mechanizmy, funkcjonowanie informacji w głównym nurcie mediów, informacji rozumianej jako treści stymulującej opinię publiczną. Puławianie mogli wziąć udział w wykładach z praktycznego zastosowania sieci, w tym blogowania, poprowadziła je ekipa portalu Wirtualna Polska oraz serwisu bloog.pl. Imprezie towarzyszyły warsztaty fotograficzne dwóch znakomitych fotografików: Pawła Bajewa oraz Maksa Skrzeczkowskiego. Kolejna edycja „Oświeconego Miasta” w 2014 roku przybrała nazwę dosłowną, nawiązując swoim programem do epoki oświecenia. Podczas imprezy odbyły się pokazy oręża wojennego, tańców oraz sztuki kulnarnej.

„Planeta Doświadczeń” to kolejna odsłona projektu. Impreza edukacyjno – naukowa skierowana jest do najmłodszej części naszej społeczności. W Puławskim Parku Naukowo – Technologicznym przez kilka dni w roku goszczą ośrodki naukowe z całego kraju, prezentując osiągnięcia współczesnej nauki i techniki w trakcie zabaw interaktywnych. „Planeta Doświadczeń” stanowi jedną z większych atrakcji eventowych regionu, mieszkańcy i turyści, a przede wszystkim zorganizowane grupy młodych puławian (impreza odbywa się w maju) biorą udział w warsztatach organizowanych przez zaproszone ośrodki naukowe. W ramach imprezy odbyły się warsztaty poświęcone ekologii (stanowiska dedykowane tematyce ochrony środowiska – wodna oczyszczalnia, eko-elektrownia), warsztaty recyklingu, skarby starożytnego Egiptu, zabawa z archeologią, obserwacje słońca i mobilne planetarium astronomiczne, wystawa meteorytów, warsztaty z podstaw kosmologii i technik masażu. Do PPN-T zawitało już m.in. Centrum Nauki Kopernik oraz archeolog z Uniwersytetu Warszawskiego.

Puławoaktywni to także wspólne imprezy rodzinne. Puławy jako jedno z siedmiu miast w Polsce zostały wyróżnione w II edycji konkursu "Let's Colour" organizowanym przez firmę Dulux. Dzięki temu na puławskim bulwarze wiślanym powstał pierwszy w mieście mural. Z 57. wniosków Dulux wybrał 7. Wśród nich znalazło się miasto Puławy. Nagrodą było 500 litrów farby. Pierwsze malowanie muralu na puławskim bulwarze odbyło się w sobotę 13 lipca. W projekcie mógł wziąć udział każdy mieszkaniec Puław, wystarczyło tylko wysłać swoje zgłoszenie. Mural dodał nabrzeżu koloru i spotkał się z bardzo pozytywnym odbiorem ze strony mieszkańców, stąd Urząd Miasta Puławy zaprosił wszystkich mieszkańców z potencjałem artystycznym 7 września na kolejny etap malowania. Tym razem pomalowano większą powierzchnię. Akcja doskonale wpisala się w jedno z haseł Strategii Miasta: Sztuka w przestrzeni publicznej. Cieszyła się przy tym ogromnym zainteresowaniem mieszkańców.

Jedną z ostatnich akcji organizowanych w ramach programu były „Mikołajki Miejskie 2013”. W piątek 6 grudnia do Puław przybył Święty Mikołaj. Zaprzęg reniferów, którym przyjechał jeden z najbardziej lubianych – zwłaszcza przez dzieci – świętych, zatrzymał się o godz. 15 na Skwerze Niepodległości. Wspólna zabawa trwała do godz. 18. Oprócz spotkania ze Świętym Mikołajem, na Skwerze Niepodległości można obejrzeć było prawdziwą zagrodę lapońską i stroje z krainy Mikołaja. Goście z gospodarstwa ekologicznego z Czelina zaplanowali mnóstwo atrakcji dla najmłodszych. W 2014 roku „Mikołajki Miejskie” ponownie skierowane były w stronę edukacji, w ramach wydarzenia odbyły się m.in. warsztaty cukiernicze.

Żadna kampania nie może funkcjonować bez wyraźniej identyfikacji wizualnej, stąd na potrzeby „Puławoaktywnych” stworzono linię materiałów promocyjnych, które nie tylko służą celom marketingowym, ale wyróżniają i identyfikują mieszkańców Puław na arenie ogólnopolskiej.

Każdego roku przygotowujemy jest ścienny Kalendarz Miejski. Kalendarz jest szczególną formą promocji, ponieważ zawiera zdjęcia miasta wykonane przez samych mieszkańców. Pod koniec każdego roku ogłaszany jest konkurs na fotografie ilustrujące kolejną edycję. Fotografie wybierane są przez specjalnie powołaną na tę okazję komisję składającą się z wykładowców fotografii i zaprzyjaźnionych fotografików.

Każdy kierowca, który zechce propagować wartości i idee „Puławoaktywnych”, a przez to promować swoje miasto, może zamontować specjalne bezpłatne nakładki do tablic rejestracyjnych, które w tym sezonie bezpośrednio nawiązują do muralu stworzonego na bulwarze nadwiślańskim. Poza tym każdy mieszkaniec deklarujący chęć promocji Puław (np. za granicą) otrzymuje pakiet materiałów promocyjnych. Jest to swego rodzaju podziękowanie dla mieszkańców, dające dowód na to, że każdy zainteresowany aktywnym wyczynkiem i wspólnym działaniem może mieć swój wkład w promocję Puław.

Puławoaktywni noszą także specjalne opaski, które rozdawane są regularnie podczas imprez miejskich i okazjonalnych kampanii społecznych. Opaski stale dystrybuje Wydział Kultury i Promocji Urzędu Miasta Puławy.

Puławokatywni działają na Facebooku, poprzez lokalne media, a także w trakcie imprez miejskich. Często przysyłają zdjęcia z różnych zakątków kraju i świata, co stanowi potwierdzenie chęci tworzenia wspólnej społeczności.

Kampania funkcjonuje również w mediach społecznościowych. Facebookowy profil „Puławoaktywnych” jest głównym źródłem informacji kulturalnych, sportowych i edukacyjnych w internetowej przestrzeni miasta. Profil prowadzony jest regularnie, posty pojawiają się kilka razy dziennie, co ułatwia mieszkańcom szybki dostęp do informacji związanych z miastem. Facebookowy profil pozwala także na bezpośrednią interakcję, stanowi on również miejsce dla wszelkich konkursów i akcji związanych z życiem Puław.

## **5. Uzyskane efekty**

Kampania „Puławoaktywni” cieszy się bardzo dużym zainteresowaniem wśród mieszkańców. Każdorazowo udaje się zebrać grupę koordynatorów i osób zaangażowanych w realizację danego projektu. Imprezy skierowane do mieszkańców przyciągają od kilkuset do kilku tysięcy uczestników (imprezy plenerowe). Długofalowe utrwalanie charakterystyki graficznej oraz charakteru prospołecznego pozwala mieszkańcom na identyfikację ze swoim miastem, tworząc pewnego rodzaju nurt lokalnego patriotyzmu.

Odbiorcami „Puławoaktywnych” są wszystkie grupy wiekowe i społeczne. Dzięki odpowiedniemu dobraniu programu poszczególnych wydarzeń, kampania jest w stanie dotrzeć do różnych kręgów odbiorców w ciągu roku, mówiąc krótko: każdy znajdzie coś dla siebie.

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

Kampania posiada budżet własny (środki przeznaczone na działalność Wydziału Kultury i Promocji), bez dotacji zewnętrznych. W jego skład wchodzi koszt organizacji imprez (artyści, wynajęcie sprzętu, wynajęcie ochrony), produkcji gadżetów i zaplecza organizowanych akcji, tj. cateringu, dekorowania terenu.

Produkcja gadżetów generuje jednorazowo koszt od 1000 zł netto do 5000 zł netto, organizacja imprez od 5000 netto do 50 tys. netto. Kampania wymaga ciągłego obserwowania nastrojów i potrzeb społecznych, głównie przez media społecznościowe, uczestniczenie w imprezach i wydarzeniach na terenie miasta. Samo zbieranie i generowanie treści na profil internetowy zajmuje około 1,5 godziny dziennie.

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

Nie wystąpiły żadne istotne problemy mające wpływ na charakter kampanii.

## **8. Zalecenia dla innych jednostek samorządu terytorialnego zainteresowanych wdrożeniem projektu.**



Prowadzenie akcji w terenie w porozumieniu z mieszkańcami – tworzenie grup oddolnego działania. Wyjście z ramy wydarzeń: organizator – instytucja, odbiorca – mieszkaniec.