

## OPIS DOBREJ PRAKTYKI

### 1. Dane dotyczące gminy/powiatu

nazwa inicjatywy	„Dzień Życzliwości. Znajdź się wśród Życzliwych”
nazwa gminy/powiatu	Gmina Wrocław
dokładny adres	pl. Nowy Targ 1-8, 50-141 Wrocław
województwo	dolnośląskie
telefon	71 777 82 10
adres strony internetowej	<a href="http://www.wroclaw.pl">www.wroclaw.pl</a>
faks	71 777 86 91
adres e-mail	<a href="mailto:bpm@um.wroc.pl">bpm@um.wroc.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:
  - działalność charytatywna
  - działalność edukacyjna i wychowawcza

### 3. Przedmiot działalności

Dzień Życzliwości to kampania społeczna, której celem jest promocja życzliwości, kształtowanie pozytywnych postaw społecznych wśród młodzieży, zachęcanie do czynienia dobra na co dzień, a także budowanie wizerunku Wrocławia jako miasta ludzi życzliwych. Dzień Życzliwości obchodzimy 21 listopada. Pierwszą kampanię przeprowadziliśmy w 2006 roku i została odebrana bardzo pozytywnie, a z roku na rok grono jej entuzjastów stale się powiększa.

### 4. Opis działań

Działania podejmowane w ramach obchodów Dnia Życzliwości są wynikiem współpracy między Biurem Promocji Miasta Urzędu Miejskiego Wrocławia, wrocławskimi uczelniami wyższymi, wrocławskimi szkołami (podstawowe, gimnazjalne i ponadgimnazjalne) i przedszkolami, instytucjami kultury, organizacjami pozarządowymi i biznesem (firmami komercyjnymi), mediami oraz mieszkańcami miasta.

Pomysł, aby uczcić życzliwość, zrodził się spontanicznie, ze sprzeciwu wobec ordynarności otaczającego nas świata. We współczesnej Polsce takie słowa, jak wzajemna przychylność, uczynność, sympatia zniknęły z języka mediów, wypowiedzi polityków. Dzisiaj to już nie jest tendencja, ale wręcz choroba społeczna, choć może jej skutki nie są jeszcze zauważalne i bardzo dotkliwe. Aby do tego nie dopuścić, nie zapominajmy, że wzajemny szacunek i otwartość na drugiego człowieka przynoszą natychmiastowe rezultaty – sprawiają, że to, co robimy, daje nam większą satysfakcję i motywuje do dalszego działania. Szanując bowiem cudze starania, sprawiamy, że inni doceniają i szanują nasze.

Kampania Dnia Życzliwości prowadzona jest od 2006 roku i obejmuje szereg działań, z których najistotniejsze to:

- 21 listopada – oficjalne obchody Dnia Życzliwości
- co roku w ramach kampanii powstaje nowy projekt graficzny, którego autorem jest znany wrocławski rysownik Andrzej Tylkowski (obecnie 7 projektów)
- utworzenie strony internetowej [www.dzienzyczliwosci.pl](http://www.dzienzyczliwosci.pl), na której zamieszczane są informacje na temat wydarzeń i obchodów Dnia Życzliwości
- w mieście 21 listopada organizowane są liczne happeningi (ekograffiti, akcja „różowe okulary”, darmowe przytulanie, życzliwy autobus, życzliwe donosy, flash mob – taniec życzliwości, itp.)
- w szkołach prowadzone są wykłady, zajęcia, rozmowy na temat życzliwości
- akcji towarzyszy kampania outdoorowa w mieście (billboardy, plakaty, citylighty)
- w akcję zaangażowane są lokalne i ogólnopolskie media (radio, TV, Internet)
- w szkołach prowadzone są konkursy dotyczące życzliwości
- co roku organizowany jest koncert finałowy Dnia Życzliwości z udziałem znanych artystów (od 2010 roku całkowity dochód ze sprzedaży biletów na koncert przeznaczony jest na cele charytatywne – współpraca z Fundacją Wrocławskie Hospicjum dla Dzieci)
- w Internecie prowadzona jest licytacja na rzecz Wrocławskiego Hospicjum dla Dzieci – dary na licytację oddawane są dobrowolnie

- w ramach propagowania idei Dnia Życzliwości zorganizowano akcję „Pokoje Życzliwości”, której inicjatorem jest Stowarzyszenia Pozytywnego Myślenia Pozytywne.com” – „Pokój Życzliwości” to miejsce, które pozwoli na zredukowanie stresu dzieciom w wieku od 6–12 lat przebywającym w miejscach, gdzie dziecko jest nań szczególnie narażone, np. w szpitalu. Zadaniem „Pokoju Życzliwości” jest odwrócenie uwagi dziecka od trudnej sytuacji, w której się znalazło. Dzięki wyposażeniu pokoju, takiemu jak: gry edukacyjne, zabawki, biblioteczka z książkami, miejsce do zabaw i pracy twórczej, a także odpowiedniemu naświetleniu i doborze kolorów, dziecko ma możliwość zrelaksować się i jednocześnie uczyć poprzez zabawę i interakcję z innymi dziećmi. W 2012 roku powstały we Wrocławiu dwa „Pokoje Życzliwości” – jeden w Szpitalu Specjalistycznym im. A. Falkiewicza we Wrocławiu przy ul. Warszawskiej 2, drugi w Wojewódzkim Szpitalu Specjalistycznym we Wrocławiu przy ul. H. Kamieńskiego 73a. Środki finansowe na realizację wymienionych pokoi są pozyskiwane od sponsorów. W przypadku dwóch pierwszych realizowanych we Wrocławiu sponsorami byli: Rzetelna Firma i Krajowy Rejestr Długów. Projekt ma być długofalowy. Chcemy, aby „Pokoje Życzliwości” pojawiły się w całej Polsce.
- do akcji włączają się wrocławscy restauratorzy, hotelarze, którzy tego dnia oferują swoim gościom mile i „życzliwe” niespodzianki
- w mieście postawiono figurkę Krasnala Życzliwka, którego urodziny obchodzone są 21 listopada
- na potrzeby kampanii powstała maskotka Krasnala Życzliwka, która z przesłaniem życzliwości brała udział w wyprawie studentów do Indii i Chin
- powstała również bajka o Krasnalu Życzliwku
- do każdej kampanii przygotowywane są materiały promocyjne, tj. kartki, koszulki, maskotki Krasnala Życzliwka, które są dystrybuowane w szkołach i wszędzie tam, gdzie obchodzony jest Dzień Życzliwości
- w 2009 roku wspólnie z „Gazetą Wrocławską” przeprowadzono konkurs na najżyczliwszego wrocławianina
- w 2011 roku wspólnie z Wydziałem Edukacji Urzędu Miejskiego Wrocławia przeprowadzono konkurs „Najżyczliwszy 2011/2012”, którego celem było wyłonienie najciekawszej inicjatywy realizowanej w ramach obchodów Dnia Życzliwości. Konkurs adresowany był do szkół oraz Miejskich Domów Kultury. Zwycięzcy konkursu otrzymali dyplom, maskotkę Krasnala Życzliwka oraz nagrody rzeczowe od sponsorów
- do obchodów Dnia Życzliwości co roku przyłączają się służby miejskie – policja oraz straż miejska
- w 2008 roku w ramach obchodów Dnia Życzliwości Śląsk Wrocław zagrał mecz przyjaźni z Wisłą Kraków, a cały stadion w przyjaznej sportowej atmosferze kibicował obu drużynom
- zbieramy podpisy pod projektem ustawy, by 21 listopada stał się oficjalnym Dniem Życzliwości
- na potrzeby akcji powstały dystrybuowane w Internecie animowane filmiki promujące życzliwe postawy
- w 2007 roku została przeprowadzona kampania ogólnopolska w sieci kin Multikino

- do akcji włączają się inne miasta w Polsce, które również organizują u siebie akcje związane z obchodami Dnia Życzliwości – jako organizator wspieramy je materiałami promocyjnymi (każdego roku przyjmujemy ok. 100 zgłoszeń z Wrocławia i Dolnego Śląska i ok. 20 zgłoszeń z różnych rejonów Polski)
- wrocławskie krasnale z przesłaniem życzliwości pojawiły się również w Sejmie

[http://www.tvn24.pl/wideo/z-anteny/krasnale-w-sejmie,212365.html?playlist\\_id=14417](http://www.tvn24.pl/wideo/z-anteny/krasnale-w-sejmie,212365.html?playlist_id=14417)

## 5. Uzyskane efekty

Projekt z roku na rok cieszy się coraz większą popularnością i angażuje się weń coraz więcej instytucji publicznych. W wielu firmach i instytucjach na terenie Wrocławia obchodzony jest Dzień Życzliwości. Jako organizator zachęcamy, aby każdy na swój sposób i według własnego pomysłu włączył się w akcję. Do akcji dołączają również inne miasta (podobne akcje były organizowane w Krakowie, Rzeszowie, Gdańsku, Łąncucie, Grudziądzu, Bielsku-Białej, Opolu, Poznaniu). Projekt na stałe zapisał się w kalendarzach pod datą 21 listopada. Informacje o imprezach organizowanych w ramach Dnia Życzliwości publikowane są w lokalnych i ogólnopolskich mediach:

<http://www.marketingnews.pl/message.php?art=19382>

[http://www.wiadomosci24.pl/artykul/uwaga\\_zlosliwcy\\_21\\_listopada\\_to\\_swiatowy\\_dzien\\_zyczliwosci\\_169079.html](http://www.wiadomosci24.pl/artykul/uwaga_zlosliwcy_21_listopada_to_swiatowy_dzien_zyczliwosci_169079.html)

<http://www.youtube.com/watch?v=I7HR0YQyWnE>

<http://www.youtube.com/watch?v=XeXh7XV4bJg>

<http://www.youtube.com/watch?v=u96ZKYtX66c>

Temat życzliwości wpisał się na stałe w program szkolny. Impreza adresowana jest do szerokiego grona odbiorców i integruje społeczność lokalną. Wyzwała uśmiech i wzbudza radość na twarzach uczestników, zwłaszcza w szary listopadowy dzień.

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

Koszty realizacji projektu zależą w dużej mierze od ilości i różnorodności podejmowanych działań. Koszty organizatora, czyli Biura Promocji Miasta, wahają się w granicach od 70 tys. do 200 tys. PLN. Fundusze pozyskiwane są również od sponsorów i partnerów akcji.

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

Inicjatywa spotyka się raczej z entuzjastycznym przyjęciem. Jedynym problemem jest brak dostatecznej ilości środków, która pozwoliłaby na przeprowadzenie wspólnej ogólnopolskiej akcji. Pewien dystans wykazują też media ogólnopolskie.



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

Akcja jest otwarta i dla każdego. Budzi pozytywne skojarzenia, dlatego warto ją podejmować w swoich lokalnych środowiskach. Łatwo przekonać do niej społeczność lokalną. Tak naprawdę liczy się pomysł i chęć ludzi do współpracy i jego realizacji. Tego typu akcje nie powinny spotykać się z oporem. Jednak przystępując do tworzenia akcji, warto najpierw zebrać grono sojuszników popierających idee, które chcemy przekazać. Przykład musi iść z góry i dlatego warto do tego typu akcji pozyskać osoby opiniotwórcze, medialne. Na pewno dużą pomocą jest wsparcie lokalnych mediów.