

**Pomysł Na Miasto (PnM) UrbanLab Gdynia
w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału
społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów**

1. TYTUŁ (ok. 100 znaków)

Nazwij swój pomysł – jednym zdaniem spróbuj opowiedzieć o nim.

Pamiętaj, że proponowana mikroinnovacja miejska powinna dotyczyć obszaru rozwoju społeczeństwa obywatelskiego oraz zwiększania potencjału społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów. Uwaga: Nazwa nie powinna zawierać nazw własnych.

Przenośny słup ogłoszeniowy miejscem wymiany informacji pomiędzy obywatelami

2. ESENCJA (ok. 100 słów)

a) O co chodzi w Twoim pomycie – co chcesz zrobić, dlaczego, jaki będzie efekt?

Opisz w maksymalnie 3 zdaniach swój pomysł, tak, aby był zrozumiały dla innych.

Uwaga! Ten opis będzie pojawiał się zawsze tam i wtedy, gdy będzie mowa o Twoim pomycie.

Pomysłem na zmianę w przestrzeni publicznej są słupy ogłoszeniowe, takie które można przenosić między wnętrzami pomieszczeń, a przestrzeniami pod otwartym niebem. Słupy te byłyby również potencjalnie składane, tak aby można byłoby je przewozić z miejsca na miejsce samochodem lub jako przyczepa rowerowa. Słup byłby wykonany z materiałów takich jak stropian, tworzywo sztuczne, płyty z dykty, tanie w stworzeniu, łatwe do wymiany w razie zniszczenia.

3. ZASIĘG (ok. 100 słów)

a) Jakiego obszaru i/lub poziomu dotyczy pomysł?

Obszar: (np.) ogólnomiejski, dzielnica (nazwa), osiedle (nazwa / lokalizacja).

Poziom: (np.) lokalna społeczność, klub sąsiedzki, wspólnota mieszkaniowa (obszar/zasięg funkcjonowania).

Przenośne słupy ogłoszeniowe mogłyby występować wszędzie, w każdym miejscu miasta, docelowo pod dachem jak i na otwartej przestrzeni. Maksymalnym zasięgiem jest całe miasto Gdynia oraz przestrzenie we wnętrzach. Byłyby dostępne na każdym poziomie dla wymiany informacji pomiędzy wszystkimi jednostkami, mogłyby być dostępne również dla sklepów czy biur.

4. KONTEKST (ok. 200 słów)

a) Jak wygląda sytuacja, dla której proponujesz rozwiązanie?

b) Czy opisana przez Ciebie sytuacja ma charakter stały, czy czasowy/powtarzalny?

c) Czy zauważyłaś/-eś potrzebę, która wymaga reakcji? Jaką?

W przestrzeni publicznej w Gdyni wciąż brakuje miejsc, gdzie za darmo można zareklamować swoją działalność. Praktycznie wszystkie nośniki informacji są prywatne i płatne. Słupy reklamowe billboardy, citylighty istnieją, ale są drogie i niedostępne dla przeciętnego użytkownika. W mieście nie ma w ogóle publicznych słupów ogłoszeniowych, gdzie mieszkańcy mogą zareklamować swoją działalność. Być może są tablice o dużo mniejszej powierzchni, mało wyróżniające się. Słupy mogłyby być przytwierdzone na stałe lub też przenoszone z miejsca na miejsce.

5. INSPIRACJA (ok. 100 słów)

a) Czy problem/potrzeba dotyczy bezpośrednio Ciebie i/lub Twojej społeczności?

b) Czy problem/potrzeba jest dobrze widoczna w całym mieście? Chcesz pomóc?

c) Skąd pomysł na rozwiązanie?

Jeśli mieszkaniec Gdyni chce zareklamować swój pomysł w przestrzeni publicznej, musi mieć albo dużo pieniędzy, albo cały dzień namawiać do swojego pomysłu osobiście. Jestem społecznikiem i osobą nastawioną na zmianę. Sam uczestniczyłem w wielu inicjatywach zarówno formalnych jak i nieformalnych. Wielokrotnie chcąc powiesić plakat np. dotyczący własnego projektu do budżetu obywatelskiego, orientowałem się, że takich miejsc praktycznie nie ma. To powoduje wielką nierównowagę pomiędzy osobami mającymi pieniądze i ich pozbawionymi. Osoby, które znam w Gdyni również narzekały na brak miejsc reklamowania swojej działalności.

6. INNOWACJA (ok. 100 słów):

- Na ile Twój pomysł jest unikalny i innowacyjny?
- Czy był już gdzieś wcześniej wykorzystany? Jeśli tak – gdzie i/lub przez kogo? (np. miasta, społeczności, instytucje, organizacje, etc.)
- Skąd można czerpać doświadczenie we wdrażaniu podobnych rozwiązań?

Pomysł bazuje na idei niemieckich słupów przenośnych (Mobile Litfasssaule). Jest tam powszechnie wykorzystywany w przestrzeniach komercyjnych oraz urzędowych. Z Niemiec rnożna również szukać pomysłów na ulepszenie go. Byłoby to dotąd niestosowana metoda promocji w przestrzeni publicznej w Gdyni. Słup z herbem może być promocją dla miasta sam w sobie. Można byłoby go dowolnie przemieszczać, byłby duży, ale jednak przenośny i pakowny (wys. maks. 2,2 m i średnica maks. 2 m). Można by dać mu dodatkowe zastosowania. Można go wykonać tak, aby miał wewnętrzne półki i był z jednej strony z odsłoniętym wnętrzem. Wówczas znalazłaby się przestrzeń do bookcrossingu. Mógłby być pusty w środku i stanowić schronienie przed deszczem. Głównym jego celem byłaby jednak oczywiście przestrzeń reklamowa na plakaty lub inne materiały promocyjne. Innowacją mogłoby być wykorzystanie materiałów z odzysku. Byłoby to coś trwalszego, bardziej przyciągającego uwagę, większego niż tablice informacyjne, a jednocześnie tanie – o koszcie wytworzenia do mniej niż 400-500 zł za sztukę. Bez porównania coś tańszego, a przyjaźniejszego dla środowiska od elektronicznych nośników reklamowych.

7. DZIAŁANIE (ok. 300 słów)

- Na czym konkretnie polega pomysł?
- Co i/lub jakie działania i w jakiej kolejności (krok po kroku) obejmuje?

- Najpierw chciałbym pomyśleć nad możliwością zastosowania konkretnych materiałów, aby wykonać rozkładany prototyp.
- Potem jak wykorzystać materiały z recyklingu jako budulec takiego słupa. Może być on wykonany z kartonu i bardzo estetyczny. Przykład: <https://papp-paletten.com/produkte/litfasssaule-aus-pappe/>
- Potem pomyślałbym jak wykonać taki słup, aby był dostosowany do każdych warunków pogodowych i trwały.

8. INTERESARIUSZE (ok. 100 słów).

- Do jakiej konkretnie grupy docelowej – odbiorców i uczestników – skierowany jest pomysł? (np. młodzież w wieku od ... do ..., seniorzy, matki z dziećmi, osoby z niepełnosprawnościami)
- Komu pomoże rozwiązanie i ile osób może na nim skorzystać?
- Komu może przeszkadzać?
- Czy jest sposób, aby wszystkie strony były zadowolone?

Uważam, że na dobrej wymianie informacji zyskają wszystkie grupy społeczne w mieście. Można dopracować tak, aby był estetyczny, choć nie musi się podobać każdemu. Osadzenie słupa może być przeszkodą w mobilności, należy więc go ustawić w taki sposób, aby nie był przeszkodą.

9. BUDŻETOWANIE

Budżetowanie wypełnia się w oparciu o własne doświadczenie i rozeznanie pomysłodawcy. Szacunkowy budżet to **30 000 zł brutto**.

- Jak najefektywniej zabudżetować realizację pomysłu?
- Na jakie konkretne działania (w kolejności zakładanej realizacji) potrzebne są środki?
- Czy i jakie działania mogą być zrealizowane w ramach wolontariatu i/lub innej formy zaangażowania społecznego?
- Kto i jak może dodatkowo wesprzeć finansowo realizację pomysłu?
- Znasz kreatywne rozwiązania, które pozwolą zmniejszyć koszt realizacji pomysłu?

Części składowe / Działania	Koszt działania	Środki finansowe i inne formy finansowania lub wkładu niefinansowego
Ściągnięcie 1 do 3 produktów z Niemiec dla obserwacji sposobów konstrukcji i montażu	8000 zł brutto	

Prace projektowe i prototypowanie na podstawie zdobytych produktów i innych istniejących materiałów	5000 zł brutto	Tutaj przydałaby się pomoc partnerów, jeśli chodzi o design i przede wszystkim konstrukcje i wykonanie, np. Centrum Designu Gdynia
Produkcja nowego prototypu np. kilka sztuk	10000 zł brutto	

10. ZAANGAŻOWANIE (ok. 100 słów):

- Jak chcesz i możesz pomóc w realizacji pomysłu? (np. wkład sponsorski, wolontariacki, własny, rzeczowy, crowdfunding, crowdsourcing, etc.)
- Kto jeszcze w mieście może wdrożyć lub wesprzeć pomysł/rozwiązanie?
- Jakie grupy osób w mieście mogą być potencjalnie zaangażowane w realizację pomysłu?
- Jak do nich dotrzeć i jak przekonać do zaangażowania w realizację?

Uważam, że każdy kto potrzebuje promocji swojego pomysłu byłby potencjalnym interesariuszem dla tego projektu. Mogą nie mieć dużo czasu w pomocy w opracowaniu projektu, ale na pewno pomogą. Grupy takie jak osoby składające projekty w ramach budżetu obywatelskiego mogą być dobrym recenzentem pomysłu.

11. REALIZACJA (ok. 100 słów)

- Kiedy i jak długo może działać rozwiązanie?
- Czy pomysł ma charakter jednorazowy, seryjny, ciągły, związany z porą roku i/lub jego realizacji uzależniona jest od innych warunków – jakich?

Realizacja byłaby ciągła, jeśli tylko udałoby się stworzyć prototyp odporny na warunki pogodowe. Rozwiązanie byłoby trwałe, jeśli tylko przenośne słupy ogłoszeniowe byłyby stale stosowane. Jeśli nie ciągły, to jego zastosowanie byłoby uzależnione od warunków pogodowych.

12. ZMIANA (ok. 100 słów)

- Jak Twój pomysł może zmienić Gdynię w obszarze rozwoju społeczeństwa obywatelskiego potencjale społeczności lokalnych do rozwiązywania problemów?

Spółeczeństwo obywatelskie wymaga nośnika informacji, gdzie ludzie będą mieli możliwość wymiany informacji. Stąd takie rozwiązanie byłoby dla niego wsparciem zawsze, ale nie tylko dla niego. Taki prototyp, mógłby być z powodzeniem sprzedawany jako nośnik reklamowy dla każdego.

POMYSŁODAWCA: Szymon Andrzejewski