

## Pomysłu na Miasto (PnM) UrbanLab Gdynia w obszarze adaptacji do życia w/po pandemii

### 1. TYTUŁ (ok. 100 znaków)

Nazwij swój pomysł – jednym zdaniem spróbuj opowiedzieć o nim.

*Pamiętaj, że proponowana mikroinnowacja miejska powinna dotyczyć obszaru adaptacji do życia w/po pandemii. Uwaga! Nazwa nie powinna zawierać nazw własnych.*

Zwiększenie świadomości cudzoziemców na temat możliwości w mieście

### 2. ESENCJA (ok. 100 słów)

a) O co chodzi w Twoim pomysle – 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 pomysle.*

Chciałabym, aby cudzoziemcom łatwiej było uzyskać odpowiednie informacje o mieście, o możliwościach, o procedurach niezbędnych do zaadaptowania się w nowym miejscu.

### 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, sąsiedztwo, wspólnota mieszkaniowa (obszar/zasięg funkcjonowania), mieszkańcy/dane grupy mieszkańców (np. uczniowie, osoby starsze, lokalni przedsiębiorcy, osoby z niepełnosprawnościami), którzy najbardziej odczuwają skutki pandemii, najbardziej wymagają wsparcia w wymiarze adaptacji do życia w/po pandemii, instytucje/organizacje planujące i realizujące działania na rzecz mieszkańców odczuwających skutki pandemii.*

Obszar ogólnomiejski na poziomie lokalnych społeczności nowych mieszkańców-cudzoziemców, który przeprowadzili się do Gdyni i nie są bardzo znajomi z procedurami adaptacji i jak wszystko tutaj działa, np. jak zameldować się, jaki dokumenty są potrzebny, żeby założyć PESEL, konto w banku, jak kupić bilet na SKM online etc.

### 4. KONTEKST (ok. 200 słów)

a) Jak wygląda problem/potrzeba, dla którego/-ej proponujesz rozwiązanie?

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

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

d) Czy potrzeba ta wynika z braku rozwiązań systemowych, czy z sytuacji konkretnej grupy?

Kiedy przeprowadziłam się do Polski, bardzo trudno było mi znaleźć informacje, których potrzebowałam. Moim głównym źródłem były rosyjskojęzyczne fora, gdzie zbierałam wszystkie informacje, kawałek po kawałku. Nie znałam dobrze polskiego, informacje po angielsku/rosyjsku na polskich stronach były raczej ograniczone, a po pełną informację musiałam albo dzwonić do urzędu, albo długo szukać na stronach internetowych. Myślę, że nadal istnieje problem z dostępem do informacji, wielu nowych mieszkańców-cudzoziemców po prostu nie wie o istnieniu strony urzędu lub słabo rozumie język polski. W tej chwili jest to problem stały. Często widzę na grupach na Facebooku, jak obcokrajowcy proszą o pomoc innych obcokrajowców w takich sprawach, na przykład: Jak zmienić prawa jazdy, jak się zameldować, jak założyć profil zaufany, jak wynająć mieszkanie itp. Myślę, że rozwiązaniem tego problemu mógłby być ukierunkowany program, który zwiększyłby świadomość mieszkańców na temat dostępności informatora, gdzie go znaleźć, jakie informacje zawiera i tak dalej. Informator dla nowych mieszkańców jest skarbnicą informacji, których tak bardzo brakowało mi na początku. Im więcej osób o tym wie, tym łatwiej będzie im się dostosować, a być może pomogłoby to zmniejszyć obciążenie urzędów, liczbę dzwonek o udzielenie informacji.

### 5. INSPIRACJA (ok. 100 słów)

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

b) Czy problem/potrzeba jest dobrze widoczna w stosunku do jakiejś konkretnej grupy (jakiej) mieszkańców? W całym mieście, czy w jego części (jakiej)?

c) Czy chcesz zaangażować się w działania na rzecz tego problemu/potrzeby?

d) Skąd pomysł na rozwiązanie?

Problem ten jest najbardziej dotkliwy dla nowych gdynian-cudzoziemców, ale jego rozwiązanie mogłoby ułatwić życie zarówno nowym mieszkańcom z Polski, którzy przeprowadzili się do Gdyni,

jak i pracownikom urzędów. Jeśli byłaby taka możliwość, uczestniczyłabym w tworzeniu tego typu programu informacyjnego. Na pomysł wpadłam po tym, jak zobaczyłam, jak rozwiązano problem z PIT-em (poniżej).

**6. INNOWACJA (ok. 100 słów):**

- Na ile Twój pomysł jest unikalny i innowacyjny (względem tego, co obserwujesz w mieście)?
- 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?

Myślę, że sam pomysł można nazwać innowacyjnym, bo w Gdyni jest z tym problem i nie został on jeszcze rozwiązany. Informator powinien się wkrótce pojawić, ale informacja o nim, jak i o innych ważnych dla cudzoziemców sprawach, powinna być rozpowszechniana w sposób mało typowy dla zwykłych obywateli, bo nie można zapominać o barierze językowej i małej znajomości życia w kraju i sposobu organizacji spraw. Podobają mi się kampanie informacyjne z PIT-em, kiedy chcesz lub nie, ale wszędzie dostajesz te informacje. Chciałabym zrobić coś podobnego z informowaniem obcokrajowców, tak aby rozumieli, gdzie mogą uzyskać informacje i gdzie udać się po pomoc.

**7. DZIAŁANIE (ok. 300 słów)**

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

Najważniejszą rzeczą w kampanii informacyjnej jest przekazanie cudzoziemcom, gdzie mogą uzyskać informacje i gdzie mogą się udać w razie jakichkolwiek pytań. Pierwszą rzeczą, jaką bym zrobiła po publikacji informatora, byłyby plakaty dla nowych mieszkańców z jakimś hasłem, na przykład: "PESEL – to jest łatwo! Nie wierzysz? Patrz!" oraz kod QR strony internetowej z bezpośrednim linkiem do strony informatora. Zrobiłabym kilka wariantów takich plakatów z hasłem w trzech językach (polski/angielski/rosyjski), z kodem QR i krótką informacją o informatorze "Dowiedz się jak załatwić sprawę w Gdyni krok po kroku: PESEL, rejestracja, konto bankowe, jak wynająć mieszkanie i inne rzeczy". Takie plakaty rozwieszałabym w całym mieście, jak to było zrobione dla PIT. Sam informator rozprowadziłabym w urzędach, na dworcach, w centrach handlowych, skm itd. – we wszystkich miejscach pierwszego kontaktu obcokrajowców z miastem. Fajnie byłoby też zorganizować reklamę w lokalnych wydawnictwach typu trojmiasto.pl, może radio. Reklamowałabym również stronę internetową gdyńskiego urzędu, gdzie można znaleźć wszystkie szczegóły.

**8. INTERESARIUSZE (ok. 100 słów).**

- Do jakiej konkretnie grupy docelowej – odbiorców i uczestników – skierowany jest pomysł (bezpośrednio i pośrednio)? (np. młodzież w wieku od ... do ..., matki z dziećmi, osoby z niepełnosprawnościami, osoby starsze, mieszkańcy wybranej części miasta, gdyńscy przedsiębiorcy, lokalni działacze zaangażowani we wsparcie osób odczuwających skutki pandemii, przedstawiciele instytucji i organizacji realizujący działania na rzecz mieszkańców wymagających szczególnego wsparcia w czasie / po pandemii)
- Komu pomoże rozwiązanie i ile osób może na nim skorzystać? Komu może przeszkadzać?
- Czy jest sposób, aby znaleźć konsensus/wszystkie strony były zadowolone?

Pomysł skierowany jest do obcokrajowców w każdym wieku, którzy przeprowadzili się do Gdyni. Myślę, że ten pomysł pomoże obcokrajowcom i pracownikom w Gdyni. Jednak może to być pracochłonny proces, ponieważ jeśli robimy pełnowymiarową kampanię informacyjną, musimy opracować projekt, hasła, wydrukować plakaty, uzgodnić reklamę w mediach (być może media zgodziłyby się zrobić to za darmo, ponieważ byłaby to inicjatywa urzędu), zaprogramować kod QR itd. Nie sądzę, aby ten pomysł był utrudnieniem dla mieszkańców miasta, wręcz przeciwnie, ułatwiłby wszystkim życie.

**9. BUDŻETOWANIE**

- Jak najefektywniej oszacować/zabudżetować realizację pomysłu?
- Na jakie konkretne działania (w kolejności zakładanej realizacji wg pkt. 7) potrzebne są środki?
- Jakie działania mogą być zrealizowane w ramach wolontariatu i/lub innej formy zaangażowania społecznego?
- Kto i jak może dodatkowo wesprzeć finansowo realizację pomysłu?
- Jeśli znasz, podaj kreatywne rozwiązania, które pozwolą zmniejszyć koszt realizacji pomysłu?

Uwaga! Budżetowanie należy wypełnić w oparciu o własne doświadczenie i rozeznanie. Koszty ewentualnego zakupu sprzętu, materiałów i/lub wyposażenia nie powinny przekraczać 30%. W przypadku niewskazania kosztów poszczególnych części składowych/działań i/lub orientacyjnego kosztu całości, zostanie przyjęta maksymalna kwota budżetu 30 000 zł brutto weryfikowana na etapie oceny pomysłu.

Części składowe / Działania	Środki finansowe i inne formy finansowania lub wkładu niefinansowego / Szacunkowy koszt
5 projekt plakatów	150 - 300 PLN (za jeden)
Druk plakatów	od 750 zł
Reklama w mediach	100-1 000 z (być może media zgodziłyby się zrobić to za darmo, ponieważ byłaby to inicjatywa urzędu?)
QR code	<a href="https://www.qr-online.pl/">https://www.qr-online.pl/</a> bezpłatne?
Uzgodnienie z różnymi ośrodkami zamieszczania informacji o informatorze	Zależy z kim, szczerze mówiąc, nie wiem, jak ten system działa w Polsce.

#### 10. ZAANGAŻOWANIE (ok. 100 słów):

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

Mogłabym pomóc w projekcie jako wolontariusz. Przy zaangażowaniu Urzędu, UrbanLab, mediów, centrów kultury, EVS. Potencjalnie w takim projekcie mogliby wziąć udział cudzoziemcy, którzy przeszli adaptację, osoby zainteresowane wolontariatem, pomaganiem społeczności w taki czy inny sposób, osoby, które chciałyby pomóc cudzoziemcom w adaptacji. Po pandemii moglibyśmy skontaktować się z domami sąsiedzkimi, ośrodkami kultury, organizacjami wolontariackimi, takimi jak EVS, poprosić je, by zapytały odwiedzających, czy ktoś byłby zainteresowany. Moglibyśmy również skontaktować się z mediami i zapytać, czy byłby zainteresowane rozmową o takim projekcie, zaproponować wywiad z kimś z Urzędu itp.

#### 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?
- W jaki sposób w realizacji pomysłu uwzględniasz aspekt tego, że (prawdopodobnie) będzie on realizowany w sytuacji obostrzeń pandemicznych?

Myślę, że taki program informacyjny można wdrożyć w ciągu kilku miesięcy do sześciu miesięcy. Jeśli pomysł okaże się trafiony, kampanię reklamową można powtarzać co kilka miesięcy. Myślę, że taki pomysł jest całkiem realny do zorganizowania w warunkach ograniczeń, wszystkie dyskusje mogą odbywać się online, wywiady i spotkania z ewentualnymi partnerami kampanii mogą odbywać się z zachowaniem środków ostrożności (maski itp.).

#### 12. ZMIANA (ok. 100 słów)

- Jak Twój pomysł może zmienić Gdynię w obszarze adaptacji do życia w/po pandemii?
- Jak Twój pomysł może wzmocnić gdyńską wspólnotę/mieszkańców/organizacje/instytucje w działaniach na rzecz adaptacji do życia w/po pandemii?

Biorąc pod uwagę, że nie zawsze jest oczywiste, jak załatwić sprawy w czasie pandemii, ważne byłoby również, aby nowi mieszkańcy mogli łatwo zorientować się, jak wszystko działa teraz. Myślę, że zwiększenie świadomości społecznej poprzez posiadanie specjalnej strony internetowej i informatora jest również możliwe w przypadku pandemii. Być może po pandemii więcej osób będzie chciało przenieść się do Gdyni, aby być bliżej morza, a dodatkowo w związku z pogarszającą się sytuacją na Białorusi, Ukrainie i w Rosji możemy spodziewać się większej liczby migrantów. Myślę, że wszyscy oni skorzystają z dostępnych informacji zebranych w jednym miejscu

**POMYSŁODAWCZYNI: Olga Beskrovnova**