

Sprawozdanie merytoryczne za rok 2014 Fundacja Warsztat Innowacji Społecznych



I. Dane fundacji

1. Nazwa
Warsztat Innowacji Społecznych
2. Siedziba i adres
ul. Por. Halszki 15/21, 30-611Kraków
3. Data wpisu w KRS i nr KRS
04.11.2012; nr: 0000439908
4. Nr REGON
122718680
5. Skład zarządu
Dawid Sobolak – prezes zarządu
Katarzyna Golik – członek zarządu
Jan Strycharz – członek zarządu
6. Cele statutowe
 - a. Projektowanie i wdrażanie innowacji społecznej w Polsce
 - b. Podnoszenie jakości przedsiębiorczości społecznej w Polsce
 - c. Rozwijanie kapitału społecznego i kreatywnego w Polsce

II. Zasady formy i zakres działalności statutowej

2. Realizacja celów Fundacji następuje przez:
 - a. Prowadzenie badań naukowych związanych z problematyką społeczną
 - b. Planowanie i realizowanie programów mających na celu wdrożenie innowacji społecznych
 - c. Ewaluację programów mających na celu wdrożenie innowacji społecznych prowadzonych zarówno przez Fundację, jak i przez inne podmioty
 - d. Opracowywanie i publikację raportów lub innych dokumentów o charakterze eksperckim
 - e. Prowadzenie działalności wydawniczej
 - f. Gromadzenie, przetwarzanie i upowszechnianie wiedzy (naukowej i eksperckiej) z zakresu innowacji społecznej
 - g. Podejmowanie wspólnych działań z innymi (krajowymi i zagranicznymi) organizacjami, instytucjami, placówkami naukowymi, które mają charakter badawczy, edukacyjny, lub realizują inne działania w sferze publicznej w zakresie problematyki społecznej
 - h. Opracowywanie i prowadzenie programów szkoleniowych
 - i. Prowadzenie innych działań edukacyjnych (np. seminariów, czy warsztatów) z zakresu innowacji społecznej i przedsiębiorczości społecznej
 - j. Produkcję i dystrybucję filmów fabularnych i dokumentalnych
 - k. Produkcję Otwartych Źródeł Edukacyjnych w zakresie wyznaczanym przez cele Fundacji
 - l. Integrowanie różnych środowisk (naukowych, administracji publicznej, biznesu, trzeciego sektora) wokół problematyki innowacji społecznej
 - m. Promowanie, organizowanie i realizowanie programów dotyczących działań wolontariackich



3. Realizacja celów w roku sprawozdawczym 2014

ARCHITEKCI PRZYSZŁOŚCI 2014 (ARCHITECTS OF THE FUTURE 2014)

Celem przeprowadzonych warsztatów było podniesienie kompetencji eksperckich projektowania i wdrażania innowacji w zakresie rozwiązywania problemów społecznych u osób zaangażowanych w działalność społeczną i polityczną; oraz sieciowanie osób z regionu Europy Środkowej i Wschodniej na poziomie międzynarodowym, aby odpowiednio wcześniej tworzyć podwaliny dla dobrego dialogu międzynarodowego.

Warsztaty zostały podzielone na dwa zjazdy, podczas których młodzi liderzy zdobyli wiedzę i umiejętności dotyczące tego, jak identyfikować, opisywać i definiować problem społecznych, jak sprawnie analizować dokumenty eksperckie, wyciągać wnioski oraz wykorzystywać Internet w pozyskiwaniu większej ilości niezbędnych danych, czy jak projektować innowacyjne projekty społeczne przy wykorzystaniu wiedzy na temat kreatywności i stymulowania procesów kreatywnych. Ponadto, osoby biorące udział w warsztatach zapoznały się z dynamiką pracy w grupie, oraz odbyły dedykowane szkolenia z komunikacji interpersonalnej poznając narzędzia przewodzenia innym.

Dodatkowo podczas każdego ze zjazdów odbyły się seminaria z ekspertami doświadczonymi w zakresie działania na polu społeczno-politycznym na poziomie międzynarodowym. Celem tych seminariów było pogłębienie wiedzy dot. tematyki poruszanej podczas warsztatów przez osoby z doświadczeniem pracy dla Komisji Europejskiej (dr Roberto Yanguas) oraz United Nations Development Program (Viacheslav Schelegeiko). Każdy z ekspertów został również poproszony o przedstawienie ścieżki rekrutacyjnej dla wymienionych instytucji międzynarodowych. Tym samym uczestnicy warsztatów zyskali pogłębioną wiedzę na temat tego, jakie warunki należy spełnić i jakie strategie stosować, aby pracować na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego z poziomu międzynarodowego. W warsztatach wzięło udział 20 uczestników.

Strona projektu: www.warsztat.org.pl/aofe2014

Okres realizacji: 17.03.2014 – 29.06.2014

Kwota dofinansowania: 38 300 zł.

Źródło finansowania: Fundacja Konrada Adenauera w Polsce.



LIDERZY KOMPETENCJI

Projekt zakładał realizację całoniedziowej mini-konferencji/seminarium dla 30 osób, zaangażowanych w pracę z młodymi liderami społeczno-politycznymi na terenie całego kraju. Ideą organizacji takiego przedsięwzięcia było spotkanie osób zajmujących się kształtowaniem młodych liderów w celu:

- A. Wymiany doświadczeń i nabycia nowej wiedzy,
- B. Wzajemnej inspiracji, oraz
- C. Wspólnej debaty nad rolą i kluczowymi kompetencjami lidera społeczno-politycznego przyszłości.

Do udziału w wydarzeniu udało zostać zaangażowanych 30 osób z następujących organizacji:

1. Fundacja Gospodarki i Administracji Publicznej
2. Stowarzyszenie Projekt: Polska
3. Europejska Akademia Dyplomacji
4. Fundacja im. Roberta Schumana
5. House of Skills
6. Harvard Business Review Polska / ICAN Institute
7. Salezjański Wolontariat Misyjny
8. Stowarzyszenie Stypendystów do Bundestagu
9. Gliwickie Centrum Organizacji Pozarządowych
10. Fundacja Aeris Futuro
11. Ośrodek Studiów o Mieście Klubu Jagiellońskiego
12. Stowarzyszenie Wiosna
13. Pracownia Obywatelska

W wydarzeniu wzięli również udział pracownicy organizatorów: Fundacji Warsztat Innowacji Społecznych, oraz Fundacji Konrada Adenauera.

Projekt zakładał również wydanie publikacji, w której zostaną zawarte wywiady ze znaczącymi członkami społeczeństwa, którzy z sukcesem realizują swoje kariery, oraz dążą do realizacji dobra społecznego. Publikacja ta ma posłużyć za wskazówki względem tego, jakie kompetencje, czy umiejętności są kluczowe do wykształcania u młodych osób, aby w przyszłości z powodzeniem zaangażowali się w życie społeczne i polityczne. Przeprowadzono wywiady z następującymi osobami:

Ryszard Tadeusiewicz – Profesor Akademii Górniczo-Hutniczej, trzykrotny Rektor tej uczelni.

Anna Trzebiatowska - Dyrektor Artystyczny Krakowskiego Festiwalu Filmowego OFF Plus Camera.

Zofia Oszacka – w latach 2002-2014 Wójt Gminy Lanckorona.



Andrew Hallam - Sekretarz Generalny Stowarzyszenia ASPIRE, które reprezentuje 130 firm z sektora IT i zaawansowanych usług biznesowych w Krakowie.

Dawid Szczepaniak - Dyrektor kreatywny polskiego oddziału globalnej firmy marketingowej VML.

Bartosz Szydłowski - Dyrektor krakowskiego Teatru Łażnia Nowa, który rozwija od 1996 r. początkowo w formie Stowarzyszenia Teatralnego "Łażnia".

Ellen Germain - Konsul generalna Stanów Zjednoczonych Ameryki Północnej na placówce w Krakowie.

Jerzy Hausner - Profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Członek Rady Polityki Pieniężnej od 2010 r.

Strona projektu: www.liderzykompetencji.pl

Okres realizacji: 11.07.2014 - 4.10.2014

Kwota dofinansowania: 25 400 zł

Źródło finansowania: Fundacja Konrada Adenauera w Polsce.

MEDIA LAB: EDUKACJA MEDIALNA DLA EDUKACJI OBYWATELSKIEJ

Projekt „Media Lab: edukacja medialna dla aktywności obywatelskiej” polegał na zorganizowaniu interdyscyplinarnych warsztatów edukacyjno-aktywizacyjnych, mających na celu podniesienie wśród młodych ludzi kompetencji z zakresu aktywnego i twórczego korzystania z nowych mediów i technologii informatycznych do samodzielnego rozwiązywania problemów społecznych.

„Media Lab” to metoda pracy umożliwiająca współdziałanie i uczenie się od siebie osób w różnym wieku, o różnych doświadczeniach i umiejętnościach opracowana w latach 70. XX wieku na Uniwersytecie MIT. Uczestnicy w interdyscyplinarnych zespołach, przy aktywnym wsparciu ekspertów, zidentyfikują jeden z wybranych problemów lokalnych, opracują jego diagnozę oraz wypracują innowacyjne rozwiązanie przy użyciu technologii informatycznych.

W trakcie warsztatów powstały następujące prototypy aplikacji:

1. uprawiaj.to (<http://uprawiajto.herokuapp.com/>) Grupa projektowa zwróciła uwagę na problem jakości produktów spożywczych. Uznano za niepokojącą wartość konserwantów i polepszaczy w ogólnie dostępnych produktach spożywczych oraz używania pestycydów w uprawie warzyw i owoców. Jednym z możliwych rozwiązań może być uprawa w domu lub tzw. urban gardening. Jednak zidentyfikowano niski poziom wiedzy na temat uprawy roślin jadalnych w mieszkaniach. Rozwiązaniem miała być strona zbioru wiedzy nt. uprawy.
2. nadziejni (<http://nadziejni.vipserv.org/>) zespół postanowił zająć się problemem przestrzeni publicznej. Mieszkańcy miast w wieku 25-40 lat chcieliby zmieniać przestrzeń publiczną ale nie wiedzą też co, jak i z kim mogą to zrobić. Rozwiązaniem miało być narzędzie umożliwiające komunikację pomiędzy ludźmi poprzez zaangażowanie ich we wspólne działania na rzecz poprawy



- najbliższego otoczenia, dyskusję na temat aktualnych inwestycji, zgłaszanie indywidualnych pomysłów na zmiany w miejscu zamieszkania.
3. smutnyzombie (<http://bit.do/smutnyzombie>) problemem z którym postanowiła się zmierzyć grupa, to „śmierć” jako temat tabu wśród osób młodych. Nie jesteśmy na nią przygotowani nawet w drobnych technicznych sprawach, co w przypadku nagłej tragedii buduje niepotrzebne, dodatkowe komplikacje dla rodziny. Rozwiązaniem miała być kampania społeczna online „Smutny zombie”. Powstały komiksy opowiadające o zombie, który ma pewne niezafatwione sprawy. Dotyczą one majątku, sieci społecznościowych, kwestii pochówku. Do każdego komiksu dopasowany jest poradnik, który zaleca co należy zrobić.
 4. goodwait (www.goodwait.pl) Problem zidentyfikowany przez grupę to niewykorzystany czas, który spędzamy na przystankach oczekując na autobus lub tramwaj, który mógłby zostać spożytkowany w jakiś produktywny sposób. Rozwiązaniem miała być aplikacja mobilna, po której uruchomieniu użytkownik widzi listę ciekawych informacji i rzeczy do zrobienia w okolicy przystanku. Dzięki geolokalizacji można sortować treści nie tylko według preferencji ale np. czasu jaki jest potrzebny żeby zobaczyć dane miejsce. Baza informacji zawierać będzie prezentację ciekawych miejsc, tło historyczne, informację o znanych osobach powiązanych z miejscem.
 5. 30godzin.pl <http://trzydziestigodzin.herokuapp.com/facts> według grupy zadaniowej mimo osiągnięć związanych z rozwojem technologii, usprawnieniami procesów produkcji, zwiększaniem efektywności pracy, pracujemy tyle samo co nasi dziadkowie, a często nawet dłużej. Przerepracowanie skutkuje brakiem wolnego czasu, osłabieniem więzi rodzinnych, mniejszym zaangażowaniem i efektywnością pracy, większymi kosztami dłuższego funkcjonowania zakładu pracy, większą ilością zwolnień chorobowych. Rozwiązaniem problemu jest kampania społeczna na facebooku „30godzinny tydzień pracy” oraz portal informacyjny 30godzin.pl. Na facebooku prezentowane są krótkie infografiki w postaci fiszek oraz fotoscenki. Portal 30godzin.pl ma prezentować i zbierać informacje dotyczące korzyści wprowadzenia skróconego czasu pracy oraz dobre praktyki – firmy, organizacje, które z sukcesem taki model stosują.
 6. zrobmy.co (brak wdrożenia) zespół zwrócił uwagę na fakt trudnego początku kariery zawodowej absolwentów uczelni wyższych. Część osób ma jednak pomysły na to, co mogłyby zrobić ale często nie wiedzą jak i z kim mogliby to zrobić. Rozwiązaniem miał być serwis internetowy, który ułatwiałby dzielenie się pomysłami, nawiązywanie kontaktów oraz zawiązywanie interdyscyplinarnych zespołów zadaniowych, które mogłyby wspólnie wdrożyć projekt.

Strona projektu: www.medialabkrakow.pl

Okres realizacji: 24.03.2014 – 31.12.2014

Kwota dofinansowania: 80 000 zł.

Źródło finansowania: Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego.



KODUJ DLA POLSKI – KRAKÓW

Fundacja jest regionalnym koordynatorem inicjatywy Koduj Dla Polski, która poszukuje technologicznych rozwiązań społecznych problemów. W ramach tych działań organizowano spotkania podczas których uczestnicy identyfikowali społeczne problemy, a następnie wspólnie zastanawiali się w jaki sposób można je rozwiązać wykorzystując potencjał internetu.

MY COMMUNITY

Głównym celem realizacji zadania było stworzenie i wstępne upowszechnienie aplikacji internetowej, dzięki której dane dotyczące przebiegu realizacji budżetu partycypacyjnego w Polsce będą udostępnione w uporządkowany i atrakcyjny wizualnie sposób. Narzędzie ma także umożliwić sprawne prowadzenie budżetu partycypacyjnego w przyszłości.

Aplikacja internetowa została wykonana, a jej funkcjonalności pozwalają na zapoznanie się z procesami budżetowania partycypacyjnego prowadzonymi w 5 miastach polskich (Kraków, Łódź, Warszawa, Toruń i Sosnowiec) – w momencie pisania raportu jest to prawie 2,5 tys. rekordów dot. poszczególnych projektów zgłaszanych do budżetów partycypacyjnych w wymienionych wyżej miastach w latach 2013-2014. Aplikacja jest też przygotowana do przyjęcia danych za rok bieżący.

W trakcie wykonywania zadania pozyskano także dane nt. budżetów partycypacyjnych prowadzonych w 5 innych miastach polskich (Szczecin, Wrocław, Gdańsk, Białystok, Olsztyn), którego docelowo mają zostać wprowadzone do aplikacji.

Strona główna projektu: <http://budzet-partycypacyjny.pl/>
Bezpośredni adres aplikacji: <http://mapa.budzet-partycypacyjny.pl/>

Okres realizacji: 25.09.2014-31.12.2014 (data podpisania umowy: 9.12.2014)
Kwota dofinansowania: 85 900 zł.
Źródło finansowania: Ministerstwo Administracji i Cyfryzacji.



MAPA WOLONTARIATU

Głównym celem projektu było podniesienie stopnia zaangażowania uczniów i studentów w prace wolontariackie na terenie Krakowa. Cel został osiągnięty przez stworzenie innowacyjnej platformy pośrednictwa wolontariatu: naochotnika.pl.

Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom platformy internetowej, osoba zainteresowana wolontariatem jest w stanie w bardzo krótkim czasie uzyskać dostęp do wszystkich informacji niezbędnych do podjęcia decyzji o zaangażowaniu się w prace na rzecz innych. Z kolei organizacjom platforma udostępnia panel do zarządzania swoimi ofertami pracy wolontariackiej w internecie i zgłoszenia otrzymywanymi od potencjalnych wolontariuszy.

Jednym z głównych elementów proponowanego rozwiązania jest wyszukiwarka w formie mapy (w oparciu o technologię geolokalizacji przy wykorzystaniu technologii Google Maps), która umożliwi znalezienie oferty w dogodnej lokalizacji. Serwis funkcjonuje wg następujących zasad:

1. Organizacje poszukujące wolontariuszy zamieszczają w serwisie ogłoszenia dotyczące wolontariatu, podając dokładny adres
2. Ogłoszenia pojawiają się na mapie w odpowiednim miejscu geograficznym (nazwa organizacji + krótki opis + odnośnik do pełnej oferty)
3. Osoba zainteresowana wolontariatem przegląda oferty na mapie
4. Wybranie interesującej oferty przenosi wolontariusza na stronę ze szczegółowym opisem danej oferty według prostego schematu informacyjnego „co (rodzaj działań), dla kogo (grupa beneficjentów), gdzie (miejsce geograficzne), kiedy i jak długo (określenie czasu)”
5. Na stronie ze szczegółowym opisem wolontariusz zgłasza chęć swojego udziału, którą serwis automatycznie przekazuje danej organizacji
6. Organizacja pozarządowa finalizuje proces zgłoszenia (przesyła potwierdzenie wraz ze szczegółami dot. realizacji danej oferty).

Po stronie wolontariusza, proces zaangażowania w prace, będzie sprowadzał się ostatecznie do czterech prostych kroków: (1) wejście na stronę, (2) analiza oferty (3) wybór konkretnej oferty, (4) wystanie zgłoszenia.

Zainteresowana wolontariatem osoba będzie mogła również filtrować wyniki pojawiające się na mapie poprzez zaznaczenie swoich preferencji (obszary działania, odbiorcy działań, ilość wolnego czasu). Zarejestrowanemu na platformie użytkownikowi udostępniona zostanie także możliwość otrzymywania powiadomień drogą elektroniczną, dotyczących nowych ofert zgłoszonych przez organizacje.

W ramach projektu został przeprowadzony również cykl szkoleń dla pracowników organizacji pozarządowych. Uczestnicy szkoleń nauczyli się lepiej określać swoje zapotrzebowanie na prace wolontariuszy oraz w jaki sposób pozyskiwać, motywować i zarządzać pracą wolontariuszy.



Istotnym elementem uzupełniającym projekt była zakrojona na szeroką skalę kampania informacyjna i promocyjna przeprowadzona w mediach internetowych, tradycyjnych oraz na ulicach Krakowa. W tym celu zostały przeprowadzone wywiady z aktywnymi wolontariuszami 8 krakowskich organizacji pozarządowych. Nagrania wywiadów zostały umieszczone na platformie Youtube i Facebook. Zdjęcia wolontariuszy zostały również wykorzystane do przygotowania plakatów i ulotek promujących serwis. Plakaty zostały umieszczone w głównych punktach komunikacyjnych Krakowa, na słupach ogłoszeniowych i przystankach.

Strona projektu: www.naochotnika.pl

Okres realizacji: 2.09.2013 – 30.09.2014

Kwota dofinansowania: 0, partner projektu

YOUTH COUNCIL

Program szkoleniowy „40 na 40. Youth Leadership Initiative” zakładał realizację serii spotkań poświęconych pogłębionemu rozwijaniu kompetencji liderkich wśród młodych, aktywnych osób.

Każde z czterech spotkań trwało 2 dni, w sumie 12 godzin warsztatowych. W trakcie spotkań młode osoby projektowały rozwiązanie problemu społecznego, jednocześnie nabywając konkretne kompetencje liderkie. Na pierwszym spotkaniu zawiązały się grupy robocze, które wybrały problem społeczny, który chcą rozwiązać. W trakcie kolejnych zjazdów grupy pracowały nad opracowaniem rozwiązania zdefiniowanego problemu, ustaleniem planu wdrożenia projektu oraz strategią jego promocji. Zespoły będą się składać z 6-7 osób.

Cele szczegółowe programu szkoleniowego:

1. Podniesienie wśród uczestników umiejętności pracy w grupie i rozumienia procesu grupowego
2. Przekazanie uczestnikom pogłębionej wiedzy na temat współczesnego rozumienia interwencji publicznej i najnowszych trendów w jej ewaluacji,
3. Podniesienie wśród uczestników kompetencji z zakresu czytania i analizy dokumentów eksperckich,
4. Podniesienie wśród uczestników kompetencji w zakresie partycypacyjnego i kolaboratywnego podejmowania decyzji,
5. Podniesienie wśród uczestników kompetencji kreatywnego myślenia i wizjonerstwa w zakresie proponowania innowacyjnych programów publicznych,
6. Podniesienie wśród uczestników wiedzy na temat innowacyjnych programów publicznych realizowanych na całym świecie,



7. Zainspirowanie uczestników do wdrażania zmiany
8. Podniesienie wśród uczestników kompetencji w zakresie wystąpień publicznych
9. Podniesienie wśród uczestników świadomości swoich indywidualnych wartości i celów rozwojowych oraz wiedzy na temat narzędzi adekwatnych do ich realizacji

Okres realizacji: 23.09.2014-15.09.2015.

Kwota dofinansowania: 83387,20 zł.

Źródło finansowania: US Cunsulate Kraków

CYFROWA KULTURA DLA OBYWATELI

Celem projektu jest kontrola poprawności i efektywności digitalizacji dóbr kultury finansowanej ze środków Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (MKiDN). Analizie zostaną poddane główne publiczne programy wspierające cyfryzację dziedzictwa. Kontrola zweryfikuje digitalizację pod kątem postępów ilościowych (czasowość i efektywność) oraz jakościowych (dostępność, powszechność i możliwość wykorzystania) na terenie Polski. Kontrola wzmocni rzecznictwo w sprawie udoskonalenia procesów digitalizacji i upowszechnienia cyfrowych dóbr kultury.

Projekt składa się z trzech typów działań. Są to działania kontrolne, działania rzecznicze oraz działania promocyjno-upowszechniające.

Część kontrolna projektu:

1. Wnioskodawca stworzy bazę projektów digitalizacyjnych realizowanych od 2011 r. i dofinansowanych przez MKiDN w ramach programów „Kultura+” (priorytet: Digitalizacja) oraz „Dziedzictwo kulturowe” (priorytet: Ochrona i cyfryzacja dziedzictwa kulturowego). Powstała baza (wraz z uzyskanymi odnośnikami) od początku realizacji projektu będzie dostępna na stronie internetowej projektu.
2. Wnioskodawca - w trybie dostępu do informacji publicznej - wystąpi do MKiDN oraz 5 innych instytucji (operatorów środków ministerialnych przeznaczonych na digitalizację) o udostępnienie dokumentacji związanej z projektami ze stworzonej bazy projektów.
3. Kolejnym działaniem będzie ocena efektywności realizacji interesu społecznego poprzez wydatkowane na digitalizację środki publiczne.
4. Przeprowadzone zostanie także badanie netnograficzne (zastosowanie technik etnograficznych w przestrzeni wirtualnej – umożliwi to weryfikację, w jakim stopniu nowa cyfrowa kultura skłania użytkowników do interakcji). Weryfikacji będzie podlegała także zgodność faktycznych rezultatów projektów digitalizacyjnych z rezultatami deklarowanymi (w dokumentacji projektowej) przez dofinansowane podmioty.



5. Równocześnie prowadzony będzie też monitoring działań MKiDN związany z wypełnianiem zobowiązań Ministerstwa w zakresie upowszechniania cyfrowych dóbr kultury.
6. Działania związane z kontrolą zwiędzy stworzenie raportu podsumowującego jej efekty – będzie on zawierał wyniki prac monitorujących oraz rekomendacje względem doskonalenia procesów cyfryzacji dóbr kultury.

Część rzecznicza projektu:

Wnioskodawca obok działań kontrolnych realizował będzie strategiczne rzecznictwo na rzecz szerszego i efektywniejszego udostępniania cyfrowych dóbr kultury przez organizacje zaangażowane w proces digitalizacji kultury. Głównym celem tych działań będzie wymuszenie na administracji publicznej zmian prawnych i organizacyjnych ukierunkowanych na poprawę realizowanych procesów digitalizacyjnych. Przez poprawę Wnioskodawca rozumie lepszą niż obecnie realizację interesu publicznego możliwą do uzyskania poprzez: (1) zwiększenie dostępności i otwartości dziedzictwa podlegającego cyfryzacji przy wsparciu środków MKiDN, (2) intensyfikację i kompletność działań w zakresie powszechnego promowania cyfrowego dorobku kultury dostępnego dla społeczeństwa.

Część promocyjna projektu:

1. Podstawowym narzędziem promocyjnym będzie strona internetowa projektu, gdzie znajdą się: treści edukacyjno-informacyjne (m.in. blog ekspercki), aktualności dotyczące bieżących postępów prac kontrolnych, oraz forum dyskusyjne i narzędzia do interaktywnego zgłaszania przez społeczność przypadków łamania dobrych praktyk digitalizacyjnych. Analogiczne treści promowane i prezentowane będą także w mediach społecznościowych (konto projektu utworzone w portalach facebook, twitter), gdzie Wnioskodawca będzie obecny od samego początku realizacji projektu. Obecność w mediach społecznościowych będzie zaplanowana w taki sposób, aby sprzyjać stałej interakcji z odbiorcami, co pozwoli zwiększyć zasięg i oddziaływanie tej formy komunikacji.
2. Do działań promocyjnych Wnioskodawca zalicza także udział w kreowaniu dialogu publicznego wokół kwestii digitalizacji dóbr kultury. W tym celu zostanie zorganizowanych 6 konferencji połączonych z debatą ekspertów nt. sposobów, możliwości i potencjału wykorzystania cyfrowych dóbr kultury. Do udziału w konferencjach Wnioskodawca zaprosi krajowe autorytety w zakresie digitalizacji i kultury (m.in. J. Hausner, E. Bendyk, B. Szydłowski, J. Purchla, A. Karwińska). Konferencje te będą promowane medialnie. Każdorazowo pozyskani zostaną patroni medialni. Pozwoli to promować projekt, jego efekty, oraz sprawę, której ma służyć.

Strona projektu: www.ekultura.org

Okres realizacji: 20.10.2015-31.01.2015.

Kwota dofinansowania: 221 850 zł.

Źródło finansowania: Obywatele dla demokracji (Program finansowany z funduszy EOG).



III. Informacja o prowadzonej działalności gospodarczej

Fundacja nie prowadzi działalności gospodarczej

IV. Informacja o wysokości uzyskanych przychodów

Fundacja Warsztat Innowacji Społecznych uzyskała w 2014r. przychody w wysokości 422 336,65 zł z następujących źródeł:

- spadek - 0,00 zł
- zapis - 0,00 zł
- składki członkowskie - 0,00 zł
- darowizny pieniężne od osób fizycznych i prawnych – 0,00 zł
- darowizny rzeczowe od osób fizycznych i prawnych – 0,00 zł
- dotacje – 422 336,65 zł
- sprzedaż wyrobów, usług – 0,00 zł
- dochody z akcji charytatywnych - 0,00 zł
- pozostałe przychody - 0,00 zł
- wynik finansowy z działalności gospodarczej – 0,00 zł
- dochód z prowadzenia rachunku bankowego (odsetki): - 0,00 zł

V. Informacja o poniesionych kosztach

- a. Realizacja celów statutowych: 292 246,89 zł
- b. Administracja:
 - Usługi księgowe i opłaty bankowe: 546 zł
- c. Pozostałe koszty: 0

VI. Dodatkowe dane:

1. Liczba zatrudnionych: 0
2. Łączna kwota wynagrodzeń: 0
3. Wysokość przeciętnego wynagrodzenia: 0
4. Udzielone pożyczki pieniężne: 0
5. Kwoty ulokowane na rachunkach bankowych: 0
6. Wartości nabytych akcji i obligacji: nie nabyto
7. Nabyte nieruchomości: nie nabyto
8. Nabyte pozostałe środki trwałe: nie nabyto
9. Wartość aktywów i zobowiązań
 - a. Aktywa
 - b. Zobowiązania
10. Dane o działalności zleconej przez podmioty państwowe: Fundacja realizowała projekt „Media Lab: edukacja medialna dla aktywności obywatelskiej” w ramach grantu Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz projektu „My Community” na zlecenie Ministerstwa Administracji i Cyfryzacji
11. Rachunki bankowe Fundacji
Alior Bank: 37 2490 0005 0000 4520 5273 2239
12. Informacje o rozliczeniach z tytułu zobowiązań podatkowych

Fundacja składa roczną deklarację CIT – 8 oraz sprawozdanie finansowe w postaci: bilansu, rachunku wyników oraz informacji dodatkowej do Urzędu Skarbowego w Krakowie.

