

GRUPA, DO KTÓREJ ROZWIĄZANIE JEST ADRESOWANE

Krótki opis grupy:

Samodzielne młode osoby dorosłe (20-30 l.), mieszkające w Gdyni, nie mające pewnego/stałego źródła dochodu lub o niestabilizowanej pozycji na rynku pracy. Raczej mieszkają bliżej centrum, bo prowadzą bogate życie towarzyskie i chcą mieć blisko, raczej nie korzystają z aut, tylko z transportu publicznego. Nie jest tak istotny dla nich komfort życia, nie dysponują dużymi dochodami, żyją oszczędnie. Płacą za siebie rachunki, widzą, ile wszystko kosztuje, dlatego zależy im, żeby nie były one wysokie. Dużo korzystają z mediów społecznościowych, są otwarci, elastyczni, mogą zmienić swoje zachowania, nie mają tak ukształtowanych nawyków, są w miarę świadomi klimatycznie, ale bez szczegółów.

Codzienne zachowania mające wpływ na ślad węglowy, które chcemy zmienić

marnowanie
żywności

nie jem/kupuję
wege bo to jest
drogie i nie dla
mnie (pomijanie
informacji o wege)

nieświadomość, jak
konsumowanie produktów
odzwierzęcych wpływa na
klimat (importowanych,
wysoko przetworzonych)

brak refleksji nt
wpływu
konkretnych
codziennych
działań na klimat

bycie eko nie musi
być dziwne
(przełamanie
stereotypów dot.
ekologicznych
zachowań)

brak dobrych
nawyków/wzorców
zachowań dot.
gospodarowania i
przechowywania
jedzenia

omijanie
informacji, nie
zastanawianie się
nad tym co jem i
gdzie to kupuję

INNE GRUPY MIESZKAŃCÓW I MIESZKANEK, DO KTÓRYCH RÓWNIEŻ MOŻNA ADRESOWAĆ ROZWIĄZANIE

młodzież, osoby
niesamodzielne

seniorzy

ludzie z
sąsiedztwa

dzieci/rodzice

WYZWANIE PROJEKTOWE (DLA WYBRANEJ GRUPY)

Jakie są bariery/przeszkody utrudniające redukcję śladu węglowego?

brak polityki państwa/miasta (brak rozwiązań proklimatycznych - np. jabłko w plastiku)

brak wiedzy, świadomości, dostępu do informacji, że eko jest tanie i dobre dla klimatu

brak konkretnej i przejrzystej bazy informacji o codziennych działaniach związanych z żywnością mających wpływ na klimat

co inni pomyślą - bycie eko może być postrzegano jako dziwne, negatywne, "eko-świry"

brak wzorców zachowań i społeczności odniesienia

postrzeganie eko jako czegoś ekskluzywnego i nieżyciowego

Jakie czynniki mają kluczowe znaczenie dla tego, żeby te osoby mogły zacząć redukować swój ślad węglowy?

świadomość - wiedza, ile żywności się marnuje i gdzie - pozwoli im to inaczej podejść do robienia zakupów i gospodarowania żywnością

wskazanie prostych konkretnych rozwiązań, które pozwolą im być "neutralni klimatycznie"

Bycie otwartym na zdobywanie wiedzy na temat eko-żywienia

Zaangażowanie miasta - danie przestrzeni do realizacji rozwiązań ułatwiających eko-żywienie

Zachęta (materialna /niematerialna)

świadomość tego, że problem jest palący i musimy działać bez zwłoki

co robią ich znajomi (otaczanie się świadomymi ludźmi)

platforma na której znajdują wszystkie informacje na ten temat - wiedza łatwo dostępna

CUSTOMER JOURNEY (jak rozwiązanie działa z perspektywy wybranej grupy mieszkańców i mieszkank Gdyni)

KOLEJNE KROKI	Zauważa napisu EKO BOX, wejście do budynku	Zauważa informacji/plakatu	Idzie do lodówki społecznościowej (jadłodzielnia)	Czyta tablicę	Lajkuje stronę EKO BOX w mediach społecznościowych	Wstawia story na Instagram	Uczestniczy w warsztatach z neutralnego klimatycznie przygotowywania przetworów
CO NA DANYM KROKU ROBI MIESZKANIEC/ MIESZKANKA	Nazwa eko, bo nawiązuje do tego co już zna w Gdyni (info box), jest zaintrygowana, wchodzi do budynku	Rozgląda się, widzi plakat/informację czym jest eko box (eko-miejsce społecznościowe)	Idzie zobaczyć co tam jest w tej lodówce, czy jest coś smacznego, jakiego rodzaju produkty są, czy są świeże (nieprzeterminowane), czyste. Zastanawia się czy coś wziąć, co sama mogłaby przynieść z domu następnym razem. Zauważa, że obok lodówki jest stolik, krzesło, półka na suche produkty i zlew.	Czyta przykładowe przepisy - jak tanio przygotować wege posiłek (np. paszтет, zupę), z wylizczonymi kosztami przygotowania i wartością odżywczą; czyta ogłoszenie o tym, że ktoś potrzebuje słoików na przetwory i przypomina sobie, że ma w szafce dużo niepotrzebnych słoików po zupach z domu i że może je tu wymienić na eko-punkty.	Zauważa ikonki mediów społecznościowych EKO BOX, wchodzi na nie, lajkuje i ogląda ofertę/treści.	Publikuje zdjęcie słoików, które przyniosła ze sobą z domu oraz zdjęcie jagłanki, na którą przepis znalazła w EKO BOX-ie; oznacza/taguje EKO BOX; zachęca znajomych do korzystania z jadłodzielni, by nie marnować żywności i jeść wege; wspomina, że można tam znaleźć super przepisy na tanią i smaczną wege-szamę.	Zapisuje się na event w internecie, przynosi różne owoce, cukier; warsztat prowadzi babcia koleżanki - znana gdyńska "dżemowa dama"; poznaje nowych eko-freaków; dowiaduje się jak przechowywać jedzenie w sposób ekologiczny, jak robić przetwory tak, aby się nie zepsuły szybko; dowiaduje się o śladzie węglowym od zaproszonej ekspertki
CO TRZEBA PRZYGOTOWAĆ, ABY ROZWIĄZANIE DZIAŁAŁO	Budynek lub wyznaczone miejsce w przestrzeni (lokal miejski/zarządzany przez NGO/miasto), przykuwający wzrok design	Prosty, zwizyły, oszczędny graficznie, przykuwający uwagę przekaz czym jest eko box: tu dowiesz się jak być tanio eko, tu zostawisz jedzenie, którego nie potrzebujesz lub weźmiesz je jeśli potrzebujesz, weźmiesz udział w warsztatach, wymienisz się usługami/produktami z innymi osobami, dzięki czemu zyskasz eko-punkty, które wymienisz w sklepach, restauracjach, dowiesz się o wydarzeniach ekologicznych w Gdyni	Musi być wyposażenie (szafka, lodówka o wysokiej klasie energetycznej, stolik, krzesło), dostęp do prądu, regulamin funkcjonowania jadłodzielni (w tym kartka i długopis do opisanie produktu, który się zostawia), kran z dostępem do wody i mydłem, osoba odpowiedzialna za utrzymanie czystości i porządku w jadłodzielni, kontroli jakości produktów i przestrzegania regulaminu; szafka na eko-środki czystości do sprzątania jadłodzielni.	Osoba, która koordynuje proces zbierania/wyszukiwania przepisów i publikowania ich na tablicy; baza osób, które dzielą się przepisami; koordynowany system ogłoszeń "przyjmę/oddam"; opracowany system eko-punktów i ekologiczne placówki współpracujące (sklepy, restauracje, punkty usługowe, ale też np. kina czy teatry), w których można wymieniać je na zniżki; regulamin uczestnictwa placówek w systemie (ewentualnie dofinansowanie miasta)	Osoba, która prowadzi konto EKO BOX na Fb, IG i na stronie www miasta (zakładka EKO BOX na Gdynia.pl); społeczność na Fb jako źródło przepisów, ogłoszeń i pomysłów.	Informacja w Jadłodzielni - "udostępnij co złowił*ś w naszym EKO-BOX-ie" i opublikuj na Fb/IG, oznacz nasze konto" - dostaje się za to 1 eko-punkt (może zabrać ze sobą eko-naklejki i rozdać je znajomym)	Sala warsztatowa (ok. 10 osób) - stół, krzesła, zlew, naczynia, przybory kuchenne, przenośna kuchenka, dostęp do prądu (ewentualnie uczestnicy przynoszą sami swoje naczynia), produkty do przygotowania przetworów (na wszelki wypadek); znaleźć prowadzącą warsztaty (babcia i ekspertka) i zawrzeć z nimi umowy.

MAPA INTERESARIUSZY (kto może być zaangażowany w realizację rozwiązania?)

Osoba/Instytucja

Urząd Miasta Gdyni

Osoba/Instytucja

restauracje, sklepy, lokale usługowe,
placówki kultury (teatry, kina, etc)

Osoba/Instytucja

społeczność jadłodzielni i mediów
społecznościowych

Osoba/Instytucja

NGO

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

wynajęcie/udostępnienie lokalu na
jadłodzielnię i pokrycie kosztów
związanych z wyposażeniem,
utrzymywaniem i pracą (w tym
opłaceniu kadry - prowadzenie
miejsca, koordynowanie social
media, etc., ekspertów i
prowadzących warsztaty)
jadłodzielni, oraz kosztów
związanych z warsztatami i drukiem
materiałów informacyjnych,

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

udział w systemie, polegającym na
wymianie eko-punktów na
zniżki/usługi

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

przesyłają przepisy, biorą udział w
warsztatach, korzystają z
jadłodzielni, proponują nowe
pomysły na to miejsce, pomagają w
organizacji eventów (np. pikników
dla klimatu), wymieniają się
usługami/productami (uczestniczą
w systemie eko-barteru), zapraszają
swoich znajomych i bliskich do
społeczności, dzielą się
doświadczeniami w mediach
społecznościowych

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

obsługa jadłodzielni, jeśli miasto
zdecyduje się kontraktować im taką
usługę albo jej element

Dane o projekcie

Tytuł projektu

eko box

Osoby wchodzące w skład zespołu projektowego

**Iga Ossowska
Zofia Gorska
Pola Ochocinska**

Moderator

Kamila Hernik

Opis projektu

- społecznościowa jadłodzielnia - warunki dla tego miejsca: gdzie?
 - w centrum miasta, dobrze skomunikowane, łatwe do znalezienia (widoczne)
 - na parterze, żeby było dostępne
 - możliwość zrobienia warsztatów (salka, wyposażenie)
 - może być oparte o funkcjonujące miejsce
 - może mieć dostęp do ogródka
- na czym polega to miejsce? wymiana jedzenia, przepisy, warsztaty, zdobycie wiedzy od ekspertów, seniorów, etc; tworzenie społeczności ekologicznej, (barter), system eko-punktów (eko-bank); promowanie na social media by dotrzeć do wybranej grupy odbiorców)
- kto inny może skorzystać z rozwiązania i można multiplikować w różnych lokalizacjach

GRUPA, DO KTÓREJ ROZWIĄZANIE JEST ADRESOWANE

Krótki opis grupy:

Osoby pracujące (25-45 lat), które osiągnęły już pewną stabilizację finansową (mają mieszkanie/dom, samochód) których sytuacja finansowa jest na tyle dobra, że pozwala im dokonywać wyborów konsumenckich nie tylko na podstawie ceny.

Inne wartości, poza pieniędzmi, też są dla nich ważne i mogą za nie trochę więcej zapłacić.

Są otwarci na ekologię, zrównoważony rozwój i świadomi zmian klimatu.

Codienne zachowania mające wpływ na ślad węglowy, które chcemy zmienić

kupują w marketach, rzadziej w lokalnych sklepach

nie kupują lokalnych produktów

ubrania kupują w sieciówkach

nie korzystają z lokalnych usług

kupują nowe sprzęty i inne rzeczy, nie naprawiają, nie kupują używanych

kupują dużo nowych ubrań

INNE GRUPY MIESZKAŃCÓW I MIESZKANEK, DO KTÓRYCH RÓWNIEŻ MOŻNA ADRESOWAĆ ROZWIĄZANIE

- mieszkańcy wszystkich dzielnic Gdyni
- wszyscy dorośli mieszkańcy Gdyni, którzy mają dostęp do internetu (pomysł można rozszerzyć na osoby, które nie mają dostępu do internetu, np. zrobić mapy papierowe dla dzielnic albo mapy interaktywne takie jak w galeriach handlowych)
- młodzież
- turyści
- emeryci - wersja analogowa lub też strona www, mogą chętnie korzystać z punktów napraw, bo kiedyś to było normalne, że wszystko się naprawiało

WYZWANIE PROJEKTOWE (DLA WYBRANEJ GRUPY)

Jakie są bariery/przeszkody utrudniające redukcję śladu węglowego?

- trudno zdiagnozować czy coś jest lokalne, czy jest sezonowe, "bo np. szparagi są dostępne cały rok"
- markety, sieciówki są blisko, zniknęły lokalne sklepy
- nie wiedzą, gdzie są sklepy z lokalną żywnością i z innymi lokalnymi produktami, np. ubraniami i gdzie można skorzystać z lokalnych usług
- w marketach jest wygodniej kupować, wszystko jest w jednym miejscu
- nie zawsze w lokalnym sklepie można płacić kartą
- kiepska obsługa klienta w kooperatywach, w lokalnych sklepach
- wysokie ceny lokalnych produktów, jedzenia i ubrań
- nasza grupa nie jest świadoma, że pojedyncze zachowania mogą mieć wpływ na redukcję śladu węglowego

Jakie czynniki mają kluczowe znaczenie dla tego, żeby te osoby mogły zacząć redukować swój ślad węglowy?

1. konkretna informacja o tym co może wpłynąć na redukcję śladu węglowego
2. informacje o tym, gdzie można coś kupić, zrealizować usługę w sposób, który wpłynie na redukcję śladu węglowego
3. informacja o tym, że pojedyncze działania, wybory konsumenckie mogą wpłynąć na redukcję śladu węglowego
4. informacja na co zwracać uwagę podczas codziennych zakupów, usług, np. informacja o tym skąd pochodzą produkty w lokalnym warzywniaku, certyfikaty
5. informacja o tym, gdzie można się wymienić produktami, przedmiotami, oddać niepotrzebne rzeczy, które ktoś inny może wykorzystać
6. informacja o tym, że nie trzeba kupować nowych rzeczy, można je naprawić, wymienić

CUSTOMER JOURNEY (jak rozwiązanie działa z perspektywy wybranej grupy mieszkańców i mieszanek Gdyni)

KOLEJNE KROKI	dowiaduje się o stronie ...	szuka konkretnego miejsca, np. sklepu gdzie może kupować na wagę	znajduje miejsce, które jej odpowiada	korzysta z wybranego miejsca	dzieli się opinią i miejscu i stronie	zdobywa komplet "pieczątek" na karcie
CO NA DANYM KROKU ROBI MIESZKANIEC/ MIESZKANKA		<ul style="list-style-type: none">- zaznacza filtry, które ją interesują: typ miejsca, lokalizację (albo wpisuje swój adres?)- wpisuje w wyszukiwarkę- szuka na mapie (domyślnie miejsca np. do 1,5 km od lokalizacji, da się dojeść, dojechać rowerem)	<ul style="list-style-type: none">- czyta opis- ogląda zdjęcia- czyta informacje jak się przygotować do skorzystania z usług danego miejsca, np. o tym, co zabrać na zakupy, np. własne pojemniki- czyta opinie innych użytkowników	<ul style="list-style-type: none">- szuka miejsca - szuka po identyfikacji wizualnej- korzysta z danej usługi- dostaje kartę, na której zbiera pieczątki/naklejki/dziurki (to co ma mniejszy ślad węglowy) - karta jest jedna do wszystkich miejsc, które są na stronie- dostaje "pieczątkę" za skorzystanie z usługi, ten kto zadeklaruje, że nie przyjechał samochodem dostanie dodatkową pieczątkę	<ul style="list-style-type: none">- wystawia opinię na stronie- dzieli się opiniami, poleca miejsce, stronę znajomym, rodzinie- poleca miejsca i stronę w mediach społecznościowych	<ul style="list-style-type: none">- odbiera nagrodę, np. zniżki na usługi publiczne, na usługi partnerów biznesowych, zniżki w miejscach, które są na stronie- zwraca kartę w danym miejscu lub jakimś innym miejscu, typu skrzynka w parku, urządzie dzielniczy (karty są potem recyklingowane)
CO TRZEBA PRZYGOTOWAĆ, ABY ROZWIĄZANIE DZIAŁAŁO	<p>przygotować i przeprowadzić kampanię informacyjną i promocyjną:</p> <ul style="list-style-type: none">trójmiasto.plgdynia.pl (strona i aplikacja)karta mieszkańca Gdynilokalne biznesy (plakaty, ulotki, informacje od obsługi)targi Dary Ziemiinne wydarzenia organizowane przez miastoInformacje turystyczne	<ol style="list-style-type: none">1. stworzyć stronę www, na której będzie:<ul style="list-style-type: none">- informacje o stronie (dzięki korzystaniu redukujemy ślad węglowy, ponieważ...) i podziękowania za korzystanie ze strony- wyszukiwarka z kategoriami typu: napraw to, wymień się, przyjdź ze swoim pojemnikiem, garmazherka wege- połączyć z google maps2. zebrać lokalne biznesy, które znajdują się na stronie,3. stworzyć system weryfikacji zgłaszanych miejsc4. zweryfikować miejsca5. stworzyć regulamin dla biznesów i inicjatyw, które są na stronie	<ol style="list-style-type: none">1. zrobić zdjęcia miejsc2. zrobić opisy miejsc, w tym info jak się przygotować na skorzystanie z danej usługi, info o tym, jak skorzystanie z danej usługi wpływa na redukcję śladu węglowego, info co formach płatności,3. stworzyć system ocen i opinii miejsc i strony, może być połączone z google maps?	<ol style="list-style-type: none">1. stworzyć identyfikację wizualną i dostarczyć ją miejscom, które są na stronie (plakaty, nalepki, itp.)2. opracować regulamin "pieczątek"3. wyprodukować karty i inne utensyliów, np. pieczątki i dostarczyć je do miejsc, które są na stronie	<ol style="list-style-type: none">1. stworzyć system wystawiania opinii na stronie2. umieścić na stronie ikonki mediów społecznościowych3. na kartach z tyłu umieścić prośbę o wystawienie opinii, polecenie znajomym, itp.	<ol style="list-style-type: none">1. wymyślić nagrody2. stworzyć system odbioru kart3. nawiązać współpracę z kims, kto recyklinguje karty i zrobi z nich nowe karty

MAPA INTERESARIUSZY (kto może być zaangażowany w realizację rozwiązania?)

Osoba/Instytucja

Urząd miasta/urząd
dzielnicy/Laboratorium Innowacji
Społecznych

Osoba/Instytucja

Lokalne biznesy i inicjatywy, które
będą na stronie

Osoba/Instytucja

lokalni partnerzy publiczni i prywatni
i NGOs

Osoba/Instytucja

ekspertki/edukatorzy

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

- zleca stworzenie strony
- prowadzi kampanię informacyjną i promocyjną
- stworzenie identyfikacji wizualnej
 - wyprodukowanie kart lojalnościowych
- stworzenie zasad i regulaminu dla uczestników: klientów i usługodawców

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

- dostarczają informacji na swój temat
- wydają karty lojalnościowe
- oznaczają swoje lokale zgodnie z identyfikacją wizualną strony
 - stawiają "pieczątki"

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

ewentualnie można ich włączyć do systemu nagradzania uczestników, np. mogą oferować zniżki

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

- przygotowanie materiałów edukacyjnych na stronę
- pieczęć merytoryczna nad stroną np. mogą weryfikować miejsca, tworzyć regulamin dla miejsc, które mają być na stronie

Dane o projekcie

Tytuł projektu

Gdynia - lokalnie i odpowiedzialnie

Osoby wchodzące w skład zespołu projektowego

Elżbieta Lewandowska
Ewa Sośnicka
Hanna Gawrysiak
Małgorzata Undziłło
Maria Wójcik

Moderator

Magdalena Dybaś-Stronkowska

Strona internetowe. W przyszłości może do tego dojść aplikacja. Strona jest łatwa do zrobienia. Od razu na androida i appla. Strona nie ogranicza się np. do użytkowników FB.

Strona umożliwia łatwe znajdowanie miejsc lokalnych:

- sklepy ze zdrową żywnością, gdzie można kupować np. na wagę, gdzie można przyjść ze swoim pojemnikiem, gdzie nie pakują w folie, gdzie można znaleźć informację o pochodzeniu produktów,
- sklepy, gdzie można kupić coś z drugiej ręki
- gdzie można coś wynająć, wypożyczyć
- gdzie można coś naprawić
- gdzie można oddać nieużywane rzeczy
- lokalni rzemieślnicy
- gdzie można zjeść wege. wegan
- restauracje gdzie pakują na wynos nie w plastik, można przynieść swoje pojemniki
- jadłodzielnie
- itp., itd.

Ograniczenie transporty, konsumpcji, ilości śmieci.

Ułatwienie dobrych wyborów.

Aspekt edukacyjny strony, np. informacja o tym, że dzięki korzystaniu z tych miejsc zmniejszamy ślad węglowy.

GRUPA, DO KTÓREJ ROZWIĄZANIE JEST ADRESOWANE

Krótki opis grupy:

młodzi mieszkańcy Gdyni 17/ 30 lat

nie będących świadomymi konsekwencji klimatycznych podejmowanych przez nie działań
obecnie komunikacja nie jest dla nich przystępna (ale jest dostępna)

Codienne zachowania mające wpływ na ślad węglowy, które chcemy zmienić

wybór samochodu do podróży po mieście mimo dostępnej komunikacji miejskiej

INNE GRUPY MIESZKAŃCÓW I MIESZKANEK, DO KTÓRYCH RÓWNIEŻ MOŻNA ADRESOWAĆ ROZWIĄZANIE

osoby, które już korzystają z komunikacji dzięki artykułom będą mogły zmienić
też inne zachowania mające na celu ograniczenie śladu węglowego w innych
dziedzinach życia

do nich (głównie starszych) można dotrzeć poprzez promocję aplikacji już
wewnątrz autobusu

WYZWANIE PROJEKTOWE (DLA WYBRANEJ GRUPY)

Jakie są bariery/przeszkody utrudniające redukcję śladu węglowego?

niska wygoda użytkowania komunikacji miejskiej
aspiracyjny charakter posiadania samochodu

Jakie czynniki mają kluczowe znaczenie dla tego, żeby te osoby mogły zacząć redukować swój ślad węglowy?

materialne korzyści
formuła zabawy
rywalizacja (ale tylko dla chętnych)

CUSTOMER JOURNEY (jak rozwiązanie działa z perspektywy wybranej grupy mieszkańców i mieszkank Gdyni)



MAPA INTERESARIUSZY (kto może być zaangażowany w realizację rozwiązania?)

Osoba/Instytucja

zewnętrzna
firma

a może
inicjatywa
studencka,
jakieś koło
naukowe?

Osoba/Instytucja

Departament
Komunikacji
(?) w urzędzie
miasta

Osoba/Instytucja

gdyńscy
artyści

Osoba/Instytucja

lokalni
partnerzy

Osoba/Instytucja

inicjatywy
działające w
obszarze walki
ze zmianą
klimatu

Osoba/Instytucja

Zarząd
Komunikacji
miejskiej

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

stworzenie
i
utrzymanie
aplikacji

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

akcja
promocyjna

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

akcja
promocyjna

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

udostępnienie
nagród

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

przygotowanie
artykułów

sprawdzenie
propozycji od
użytkowników
aplikacji

Rola w funkcjonowaniu rozwiązania

wydanie
puli
darmowych
biletów

zgoda na
obklejenie
autobusów

Dane o projekcie

Tytuł projektu

make komunikacja miejska great again

Osoby wchodzące w skład zespołu projektowego

Janina Repeka
Hania Ostrowska
Aleksandra Sova
Agnieszka Bielewicz
Zenon Chojnacki

Moderator

Natalia Jaworska