**ШАПКА**

**ФІНАЛЬНИЙ ЗМІСТОВИЙ ЗВІТ**

1. **ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| Реєстраційний номер проекту | 004 |
| Назва проекту | Небезпечні сусіди |
| Термін Угоди між Організацією та Чернігівською міською радою |  |
| Звітний період |  |
| Назва Організації *(згідно з установчими документами)* | Чернігівська обласна молодіжна громадська організація «Світанок» |
| Код організації за ЄДРПОУ | 37199251 |
| Прізвище, ім’я, по батькові керівника проекту | Безбородько Сергій Олександрович |
| Адреса, емейл для листування з керівником проекту | ecochernigov @ gmail.com |
| Контактні телефони, факс, керівника проекту | +380635211888 |
| Бюджет проекту | 12 300 |
| Співфінансування проекту з інших джерел | 2 500 |

**2. ДІЯЛЬНІСТЬ ТА РЕЗУЛЬТАТИ**

**2.1.** Наведіть коротку інформацію про кожен захід / діяльність, що планувалися та були фактично здійснені впродовж терміну реалізації всього проекту, а також отримані результати та продукти у таблиці нижче:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Назва** | **Детальний опис** | **Результат** |
| Розробка та дизайн поліграфії | Погоджено та розроблено дизайн плакатів А2, А4 та інформаційних буклетів А6 | Розроблено 3 макети поліграфічної продукції |
| Погодження акції з Управлінням ЖКГ | Отримано дозвіл на проведення акції у співпраці з Ділянками з благоустрою житлового фонду, визначено термін, адреси та відповідальних осіб. | Отримано погодження про участь в акції |
| Проведення інформаційної компанії у соціальних мережах та ЗМІ | Написано та поширено інформацію про акцію у пабліках-партнерах та місцевих ЗМІ. | В соціальних мережах і ЗМІ опубліковано просвітницькі та стимулюючі матеріали. |
| Поширення друкованої просвітницької продукції | Поширено друковані плакати А4 на інформаційних стендах біля під’їздів. Розповсюджено плакати А2 у школах та ВНЗ Чернігова. Розповсюджено інформаційні буклети А6 у місцях продажу ртутних ламп та батарейок. | Розклеєно 500 плакатів А4, 100 плакатів А2, розповсюджено 2000 флаєрів А6. |
| Проведення анонсуючої прес-конференції | Презентовано для представників ЗМІ вичерпну інформацію про екологічну проблему, анонсовано мотиваційну акцію з обміну використаних ртутьвмісних ламп на нові світлодіодні. | Проведено 1 прес-конференцію за участі 15 представників ЗМІ |
| Проведення акції | Прийнято та обміняно використані ртутьвмісні лампи на нові світлодіодні у 3 відділеннях ЖКГ. | Зібрано 800 ртутних ламп, видано 100 діодних |
| Аналіз висвітлення у ЗМІ | Зібрано та проаналізовано усі виходи у ЗМІ. Збережено прінт-скріни, посилання, та копії друкованих медіа. | Підготовано аналітичний звіт про інформаційне висвітлення проекту |
| Підведення підсумків акції | Підраховано зібрані за час перебігу акції ртутні лампи та видані світлодіодні лампи, використовуючи данні пунктів прийому в ЖКГ та інформацію волонтерів організації “Еко Місто”. | Підтверджено успішність акції |
| Підготовка та оформлення звітності | Використано аналітичні данні для оформлення звіту. | Оформлено та здано звіт |

**2.2.** Яку проблему Ви планували вирішити в межах проекту? Яка мета проекту? *(до 0,5 сторінки)*

Проект був покликаний на вирішення проблеми забруднення навколишнього середовища шкідливими відходами побутового походження.

Мета проекту: зростання еко-обізнаності та об’єднання місцевої громади для вирішення питання з правильною утилізацією шкідливих побутових відходів в місті Чернігів. Додаткове стимулювання мешканців міста Чернігів користатися послугами відділень ЖКГ та здавати небезпечні відходи на безкоштовну утилізацію.

**2.3.** Чи змінювався контекст (політичний, громадський, економічний, ін.) у сфері, на яку був спрямований проект, протягом періоду його виконання? Назвіть та коротко проаналізуйте ці зміни (за їх наявності), наведіть статистику, посилання на джерела, якщо є *(до1 сторінки)*.

Контекст не змінювався.

**2.4.** Опишіть, будь ласка, та наведіть приклади ризиків і труднощів, з якими стикалась команда проекту під час його реалізації? Наведіть помилки, на яких ви навчилися і здобули досвід, та зазначте який саме *(до 1 сторінки)*.

Основними труднощами під час виконання проекту була співпраця з представниками Ділянок з благоустрою житлового фонду. Управління ЖКГ ЧМР відмовилося від написання офіційного листа до КП, то ж домовлятися про умови перебігу акції з обміну використаних ртутьвмісних ламп на нові світлодіодні довелося з кожним відділенням окремо і особисто.

Як виявилося, жодна з Ділянок з благоустрою житлового фонду ЧМР за 2 роки виконання «Програми з покращення екологічного стану у Чернігові» не має офіційної ліцензії на збір та зберігання небезпечних побутових відходів. То ж проводити екологічну акцію та викликати додаткове привернення уваги до виконання програми деякі начальники КП відмовлялися, побоюваючись візиту та перевірок від еко-інспекції. Особисті дзвінки та гарантії спеціаліста з Сектору екології Управління ЖКГ ЧМР допомогли умовити представників КП. Якість обслуговування мешканців у КП дуже низька, громадяни неодноразово зверталися до нас із скаргами та наріканнями, у багатьох із них прийняти ртутьвмісні лампи після акції відмовлялися. Найгірша ситуація у КП «Новозаводському», за час акції це відділення прийняло 0 ламп.

Інформаційні виходи у місцевих ЗМІ привернули неабияку увагу населення до екологічної акції, то ж усі 100 світлодіодних лампи були видані учасникам впродовж перших 3 годин проведення обміну, хоча термін акції анонсувався на період 1-15 грудня.

Інформаційні плакати А4 про акцію, які були розклеєні на інформаційних стендах біля під’їздів 2 грудня були неактуальні і слугували лише для поширення інформації про сервіс Еко Карти Чернігова, доступної за посиланням www.eco.cn.ua.

**2.5.** Яким, на вашу думку, є найбільше досягнення проекту? *(до 0,5 сторінки)*

Найбільше досягнення проекту – виявлення проблем та особливостей з роботою Ділянок з благоустрою житлового фонду у питанні виконання «Програми з покращення екологічного стану Чернігова». Відсутність ліцензії на прийом та зберігання небезпечних побутових відходів становить загрозу сталому виконанню програми та інформаційним компаніям у підтримку екологічного проекту.

**2.6.** Поясніть, чи мала реалізація проекту вплив на цільові групи проекту, ситуацію у населеному пункті/регіоні/країні, на які поширювалася дія проекту? Відповідь обґрунтуйте *(до 1 сторінки)*.

1. З представниками Управління ЖКГ та Ділянок з благоустрою житлового фонду були проведені консультації щодо роботи та виконання “Програми з покращення екології у Чернігові”. Для відповідальних інженерів КП проведено інструктаж та закріплено волонтера від ГО “Еко Місто” у допомогу на день проведення акції з обміну використаних ртутних ламп на світлодіодні.

2. Журналісти, блогери, місцеві друковані та телевізійні ЗМІ, великі пабліки у соц. мережах отримали прес-релізи з вичерпною та актуальною інформацією про екологічну проблему та діяльність у рамках проекту “Небезпечні сусіди”, підкріплену гарними світлинами. Для представників ЗМІ була проведена прес-конференція за участю керівника проекту та представника сектору екології Управління ЖКГ ЧМР.

3. Мешканці Чернігова через ЗМІ та друковані інформаційні матеріли були проінформовані про небезпеку для здоров’я деяких побутових відходів, про адреси та режим роботи пунктів прийому, а також прийняли участь у акції зі збору та обміну ртутних ламп на діодні. Перші 100 чоловік, які принесли у пункти прийому 5 ртутних ламп, отримали 1 нову діодну.

**2.7.** Проаналізуйте, будь ласка, отримані результати проекту в порівнянні з очікуваними (запланованими на етапі підтримки проекту) *(до 1 сторінки)*.

Усі із запланованих на етапі підтримки проекту результати були виконані. Більшість показників перевищені.

1. Просвітницька діяльність через проведення інформаційної кампанії у місцевих друкованих та телевізійних ЗМІ, соц. мережах, у громадському транспорті, на інформаційних стендах, у школах міста та завдяки функціонуванню сайту www.eco.cn. Показники: 3 виходи у друкованих ЗМІ, 3 ТВ-сюжети, близько 20 000 охоплення у соц. мережах. Друкована продукція: 500 розклеєних плакатів А4, 100 плакатів А2, 2000 буклетів А6, постери А4 у 25 маршрутних таксі, охоплення 11 000 пасажирів громадського транспорту.

1. Мотивуюча акція з обміну 5 використаних ртутних ламп на 1 нову світлодіодну. Кількісні показники: 100 людей-учасників акції, 820 зібраних ртутних ламп, 100 виданих діодних ламп.

**2.8.** Які, на Вашу думку, можуть бути довготривалі наслідки від реалізації проекту у майбутньому? *(до 0,5 сторінки)*

Активація громади через підняття питання щодо утилізації відходів у пресі та на телебаченні, а також поширення інформації в соціальних мережах, інформування про роботу «Програми з покращення екологічного стану Чернігова» на базі Ділянок з благоустрою житлового фонду та можливість безкоштовно позбутися небезпечних побутових відходів покладе початок екологічно-свідомій поведінці та формуванню корисних звичок.

**2.9.** Чи планується продовження проектної діяльності після завершення проекту. Якщо так, то в який спосіб за які ресурси? *(до 0,5 сторінки)*

Проектна діяльність, направлена на просвітництво, мотивацію насалення та адвокацію у питанні вирішення проблеми забруднення навколишнього середовища небезпечними відходами побутового походження буде продовжена при виконанні проекту «Міжрегіональна екологічна громадська ініціатива ЛІНЕЯ» за ресурси Конкурсу міні-грантів «Регіональної платформи громадських ініціатив», що фінансуєтсья Європейським Союзом (Представництво в Україні).

Утилизація зібраних від населення ртутьвмісних ламп і батарейок здійснюватиметься за рахунок міської «Програми з покращення екологічного стану Чернігова на 2017-2017 роки» із можливістю продовження у майбутньому.

**3. ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУПРОВІД**

**3.1.** Наведіть, будь ласка, стан інформування про проект у медіа.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид медіа | Посилання  (лінк, дата виходу / публікації / передачі) | Чи міститься в публікації згадка про Конкурс підтримки громадянського суспільства (так/ні) |
| Друкована преса | Газета "Семь Дней" №48 (786) 1 грудня 2016  Газета "Чернігівські відомості" № 48(131) 30 листопада 2016  Газета "Семь Дней" № 49 (787) 8 грудня 2016 | так  так  ні |
| Соціальні мережі | <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3426>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3485>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3490>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3505>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3533>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3549>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3551>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3571>  <https://vk.com/ecoche?w=wall-57845222_3580>  <https://www.facebook.com/eco.cn.ua/posts/1118549991577648>  <https://www.facebook.com/eco.cn.ua/posts/1146370248795622>  <https://www.facebook.com/eco.cn.ua/posts/1149137201852260> | так  ні  ні  ні  так  ні  ні  ні  ні  так  ні  ні |
| Телебачення | <https://www.youtube.com/watch?v=f3US7QQDFQ0> 28 листопада  <https://www.youtube.com/watch?v=4P0e94QAuX4> 28 листопада  <https://www.youtube.com/watch?v=1tWQgDQapSU> 9 грудня | ні  ні  ні |
| Радіо | Обласне радіо. 28 грудня | так |
| Інтернет-видання | <http://svoboda.fm/economic/chernigov/249601.html>  <http://www.gorod.cn.ua/news/foto-i-video/78061-akcija-za-5-starih-rtutnih-lamp-dayut-odnu-novu-svitlodiodnu-video.html>  <http://pik.cn.ua/24737/>  <https://pro.cn.ua/ru/news/29707>  <http://www.0462.ua/news/1457922>  <http://www.unn.com.ua/ru/news/1622934-chernigivski-volonteri-proponuyut-obminyati-vidpratsovani-rtutni-lampi-na-novi-svitlodiodni-zmi>  <http://ualis.com/uk/content/zhyteli-chernigova-v-ramkah-ekologichnoyi-akciyi-za-den-zdaly-800-lamp>  <http://svoboda.fm/economic/chernigov/249730.html?language=ru> | ні  ні  ні  так  так  ні  ні  ні |

**3.2.** Як Ви оцінюєте ефективність співпраці з медіа, рівень інших комунікаційних заходів у ході проекту? *(до 0,5 сторінки)*

Рівень ефективності співпраці з медіа та інші комунікаційні заходи у ході проекту оцінюються, як достатньо високі для виконання проектних завдань.

**3.3.** Із якими складнощами у ході інформаційного супроводу проекту Ви стикалися? *(до 0,5 сторінки)*

Нажаль, до співпраці та висвітлення прес-конференції чи перебігу проекту «Небезпечні сусіди» не вдалося залучити ТРК «Новий-Чернігів.

Розповсюдження друкованої інформаційної продукції волонтерами ГО «Еко Місто» на початку грудня було ускладнено поганими погодними умовами.

**4. СПІВПРАЦЯ**

**4.1.** Які партнерські організації входили до команди проекту? *(перерахуйте)*

Управління ЖКГ ЧМР

Громадська організація “Еко Місто Чернігів”

Центр бізнесу та іновацій “I-Hub Чернігів”

РВМ: Реклама в маршрутках Чернігова

Паблік “Типовий Чернігів”

**4.2.** Оцініть, будь ласка, рівень співпраці з партнерами. Як розподілялися ваші обов’язки та здійснювалася загальна координація? *(до 1 сторінки)*

Рівень співпраці з партнерами оцінюється, як достатньо високий для виконання проектних завдань.

Управління ЖКГ ЧМР погоджувало та координувало перебіг акції з Ділянками з благоустрою житлового фонду.

Громадська організація “Еко Місто Чернігів” допомогала із волонтерами під час проведення акції з обміну використаних ртутних ламп на діодні та під час розповсюдження друкованої інформаційної продукції

Центр бізнесу та іновацій “I-Hub Чернігів” долучився до організації та проведення анонсуючої прес-конференції.

**4.3.** Які додаткові партнерські відносини вдалося встановити в ході реалізації проекту (з органами публічної влади, ЗМІ, бізнесом, іншими неурядовими організаціями, донорами тощо), які не були передбачені проектною пропозицією? *(до 0,5 сторінки)*

РВМ: Реклама в маршрутках Чернігова розмістили інформаційні плакати А4 у маршрутних таксі міста на 1 місяць. Охоплення близько 11 000 пасажирів громадського транспорту.

Паблік “Типовий Чернігів” розміщав інформацію з анонсом та про перебіг проекту “Небезпечні сусіди”. 9 інформаційних постів, охоплення близько 10 000 переглядів кожний.

Був підготовленій та відправлений на конкурс «Регіональної платформи громадських ініціатив» проект «Міжрегіональної громадської екологічної ініціативи ЛІНЕЯ». Комісія від Європейського Союзу (Представництво в Україні) підтримала заявку.

**4.4.** Чи плануєте Ви співпрацювати із партнерами за цим проектом після його завершення? Якщо так, то в який спосіб? *(до 0,5 сторінки)*

Після завершення проекту планується подальша співпраця з партнерами.

Управлінню ЖКГ ЧМР виділяється 80 000 грн на утилізацію небезпечних побутових відходів, зібраних від населення.

РВМ: Реклама в маршрутках Чернігова може заповняти соціальною рекламою незайняті площі.

Паблік «Типовий Чернігів» буде й надалі розповсюджувати просвітницькі публікації в соціальних мережах.

Керівник Організації \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

П.І.П. (підпис, печатка)

Керівник проекту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

П.І.П. (підпис)

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2017 року