



Inteligentne obszary przybrzeżne:
Przewodnik dla
Lokalnych Grup Rybackich



Autorzy:

Richard Freeman, Arthur Rigaud, Laura Enthoven, Gilles van de Walle

Współautorzy:

Tony O'Rourke

Zdjęcia:

reefwater.es (10), Iceland Ocean Cluster (11), monpecheur.com (12), Sun and Blue FLAG (13), Ria de Arousa FLAG (13), Campus Mondial de la Mer and Technopôle Brest-Iroise (16), innovation-mer-littoral.fr (17), Sotavento Algarve FLAG (18), Annemarie Schweers (24), smartshores.ca (38)

Produkcja:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Kontakt:

FARNET Support Unit

Rue Belliard 40 | B-1040 Brussels

+32 2 613 26 50 | info@farnet.eu | www.farnet.eu

Wydawca:

Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa, Dyrektor Generalny.

Disclaimer:

Dyrekcja Generalna ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa odpowiada za całościowe wydanie niniejszej publikacji, nie odpowiada jednak za precyzję informacji zawartych w poszczególnych artykułach, za ich treść ani za wyrażone w nich poglądy. O ile nie zaznaczono inaczej, Komisja Europejska nie przyjęła ani w żaden sposób nie zaaprobowwała żadnego z poglądów przedstawionych w tej publikacji, a zawartych w niej stwierdzeń nie należy traktować jako wyrażających poglądy Komisji ani Dyrekcji Generalnej ds. Gospodarki Morskiej i Rybołówstwa. Komisja Europejska nie gwarantuje precyzji danych zawartych w niniejszej publikacji, a ponadto ani Komisja Europejska, ani żadna osoba występująca w jej imieniu nie przyjmuje odpowiedzialności za wykorzystanie tych danych.

ISBN 978-92-76-09676-4

ISSN 2363-4073

doi: 10.2771/298315

© Unia Europejska, 2019.

Powielanie dozwolone pod warunkiem powołania się na źródło.

Spis treści

Wprowadzenie	4
1. Zrównoważony rozwój	6
Niewykorzystane zasoby — nowe możliwości	6
Radzenie sobie z gatunkami inwazyjnymi	7
Woda jako wspólny zasób działów wodnych i obszarów przybrzeżnych	7
Społeczne projekty odnawialnej energii	8
2. Innowacje	10
Wspieranie inicjatyw w dziedzinie niebieskiej biogospodarki	10
Klaster morski: zwiększanie skali projektów biogospodarki	11
Innowacje technologiczne jako bodziec do inteligentnego wykorzystania zasobów	12
Arkusze informacyjne i: Jak i dlaczego organizować hackathony (maratony programowania)?	14
3. Integracja	18
Zapewnianie podstawowych usług publicznych: zdrowie i transport	18
Integration through 'Smart Hubs' and collaboration	19
Zdalna praca — inteligentna metoda walki z wyludnieniem	20
Wspólnotowa sieć szerokopasmowa	22
Likwidowanie nierówności w dostępie do usług cyfrowych	22
4. Współpraca	24
Inteligentne partnerstwa	24
Relacje międzypokoleniowe	25
Współpraca interdyscyplinarna	26
Arkusze informacyjne ii: Mapowanie zainteresowanych stron	27
5. Inteligentne finansowanie	30
Mikrofinansowanie i unie kredytowe	31
Podejścia do crowdfundingu	32
Crowdfunding społecznościowy	33
Crowdfunding nastawiony na zysk	33
Rozwijanie zrównoważonego „połączonego” modelu finansowania za pośrednictwem LGR	34
Arkusze informacyjne iii: Przygotowywanie udanej kampanii crowdfundingu	37

Wprowadzenie

Czym są inteligentne obszary przybrzeżne?

„Inteligentny obszar przybrzeżny to energiczna społeczność, w której naturalnym odruchem jest dzielenie się i wspieranie. Jest to miejsce, w którym wspólne wartości oraz lokalna dumą tworzą rozwiązania zapewniające rozwój, dostępność usług i finansowanie. Inteligentna przedsiębiorczość, sieci oraz zrównoważone wykorzystanie zasobów stanowią kluczowe elementy tego stylu życia”.

Carl Dahlberg, Leader Bohuskust och Gränsbygd, Szwecja



„Problematyka związana z zapewnianiem, rozwijaniem i udostępnianiem inteligentnych form finansowania musi być traktowana priorytetowo przez obszary przybrzeżne. Przeszkody w pozyskiwaniu finansów przez małe firmy i mikroprzedsiębiorstwa na obszarach przybrzeżnych wciąż pozostają złożonym i poważnym problemem. Rozwiązaniem może być rozwijanie «połączonego modelu finansowania» dla małych firm i mikroprzedsiębiorstw, który wykorzystuje elementy finansowania kredytów, finansowania kapitałowego oraz crowdfundingu (finansowanie kapitałowe / kredytu lub finansowanie typu mezzanine). Taka mieszanka powinna być wystarczająco elastyczna, by wspierać obszary przybrzeżne w przełamywaniu barier w dostępie do finansowania oraz zapewniać dynamiczny dostęp do rozwiązań finansowych”.

Tony O'Rourke, były profesor bankowości i finansów, Wielka Brytania



„Po pierwsze inteligentne obszary dążą do minimalizowania zużycia paliw kopalnych. Głównym motywem takich działań jest fakt, że zmniejszenie wydatków na paliwa kopalne oznacza podniesienie rentowności. Rzecz jasna, kwestie ochrony środowiska również mają znaczenie. Jednym ze skuteczniejszych sposobów osiągnięcia tego celu jest współpraca między rybakami — w szczególności pod względem logistyki. Po drugie obszary muszą inteligentnie wykorzystywać zasoby. Stare równanie: cała ryba – filety = marnotrawstwo nie jest już aktualne. Naszym celem powinien być model: cała ryba = filety + karma dla zwierząt + substancje medyczne + substancje dla branży kosmetycznej itd. Małe obszary przybrzeżne nie dokonają tego samodzielnie. Jest to zadanie dla całej niebieskiej gospodarki”

Markku Ahonen, Iapońska LGR, Finlandia








„Inteligentny obszar przybrzeżny jest miejscem, w którym ludzie i firmy współpracują ze sobą, by wykorzystywać know-how, zasoby oraz infrastrukturę w nowy i innowacyjny sposób. Głównym celem jest zmniejszanie ilości odpadów oraz oddziaływania na środowisko, a także zwiększanie jakości, stopnia wykorzystania i wartości”.

Vilhjalmur Jens Árnason, kierownik projektu w islandzkim klastrze oceanicznym, Islandia



W kontekście rozwoju regionalnego koncepcje inteligentnego i zrównoważonego działania nie są niczym nowym. Od czasu wprowadzenia przez UE terminu „inteligentne” do strategii Europa 2020¹ wzrosło zainteresowanie możliwością zmiany priorytetów tej koncepcji — która oryginalnie miała służyć obszarom miejskim (poprzez Inteligentne miasta²) — i wykorzystania jej na obszarach wiejskich (w ramach Inteligentnych wiosek³). Termin „inteligentny” ma wiele definicji, jednak w dużym uproszczeniu można wyjaśnić tę koncepcję jako promowanie nowych pomysłów oraz rozwijanie bardziej strategicznych sposobów myślenia.⁴

W porównaniu z obszarami śródlądowymi obszary przybrzeżne mają swoje własne — często unikalne — problemy. Co więcej, każdy obszar przybrzeżny jest inny i ma specyficzne potrzeby oraz wizje rozwoju. Jak zatem zdefiniować „inteligentne obszary przybrzeżne” w kontekście powyższych informacji? Opierając się na doświadczeniu oraz działaniach w dziedzinie inteligentnych miast, a także na późniejszej pracy związanej z inteligentnymi wioskami, wyprowadzić można wspólne wątki, które pomagają w ogólnym zrozumieniu inteligentnych obszarów. Zdobyta w ten sposób wiedza może następnie zostać przeniesiona na regiony przybrzeżne. Wątki te obejmują:

-  **Zrównoważony rozwój:** Inteligentne obszary przybrzeżne posługują się zrównoważonymi schematami myślenia. Oszczędzają energię, wodę, żywność oraz zasoby naturalne, ludzkie i finansowe. Nie przestają prosperować w okresie przejściowym, ograniczając emisję dwutlenku węgla oraz ilość wytwarzanych odpadów.
-  **Innowacje:** Inteligentne obszary przybrzeżne promują innowacje, które bazują nie tylko na technologii, ale również na kapitale społecznym. Inteligentny obszar przybrzeżny zachęca swoje organy administracyjne, przedsiębiorstwa oraz mieszkańców do odkrywania nowych metod działania — komunikacji, organizacji, dzielenia się oraz wytwarzania — umożliwiających zapewnianie większej spójności i dynamiki poprzez innowacyjne usługi.
-  **Integracja:** Włączenie społeczne jest niezwykle ważne. Inteligentne obszary przybrzeżne nigdy nie odwracają się od członków swoich społeczności i dbają o dostępność niezbędnych usług. Wzbogacają życia swoich społeczności poprzez inteligentne metody reagowania na (i ograniczania skutków) nierówności w sferze wykształcenia, płci, zdrowia, bezpieczeństwa oraz ogólnego dobrostanu.
-  **Współpraca:** Sektory usług publicznych na inteligentnych obszarach przybrzeżnych funkcjonują w środowisku otwartym. Obszary te wymieniają się danymi i dzielą projektami, podnosząc efektywność oraz wydajność usług. Są one zazwyczaj zorientowane na użytkownika i tworzą efekt ekonomii skali.⁵
-  **Inteligentne finansowanie:** Inteligentny rozwój lokalny jest finansowany metodami będącymi połączeniem opisanych powyżej wątków. Projekty rozwoju lokalnego otrzymują zrównoważone finansowanie za pośrednictwem nowych i innowacyjnych podejść, które opierają się na współpracy oraz integracji.

Celem tego poradnika jest wprowadzenie Lokalnych Grup Rybackich (LGR) do koncepcji „inteligentnych obszarów przybrzeżnych” w kontekście pięciu omówionych powyżej kluczowych wątków, a także przekazanie porad technicznych i praktycznych przykładów umożliwiających grupom promowanie oraz wspieranie bardziej inteligentnych inicjatyw w swoich granicach. Treść tego poradnika została oparta na doświadczeniach LGR, dotychczasowych inicjatywach obszarów przybrzeżnych na terenie UE i poza nią (w przypadku szczególnie istotnych projektów), a także na dyskusjach prowadzonych podczas seminarium FARNET poświęconego zagadnieniu.

1 Komisja Europejska, „Europa 2020: Strategia inteligentnego, zrównoważonego oraz inkluzywnego wzrostu”, 2010 r.

2 Zagadnienie to przybliżyli S. Allwinkle i P. Cruickshank w artykule „[Tworzenie bardziej inteligentnych miast: omówienie](#)”, *Journal of Urban Technology*, 18(2), str. 1–16, 2011 r.

3 Omówienie zamieszczono na stronie ENRD „[Inteligentne wioski](#)”, 2017 r.

4 L. Naldi i in., „[Czym jest inteligentny rozwój obszarów wiejskich?](#)”, *Journal of Rural Studies*, 40(2015), str. 1–120, 2015 r.

5 Na podstawie projektów „[Brussels Smart City](#)”

1. Zrównoważony rozwój

Firmy i osoby prywatne przywiązują coraz większą wagę do możliwie najlepszemu wykorzystaniu naturalnych zasobów pod względem ekonomicznym i ekologicznym. Inteligentne gospodarowanie przyłowami i gatunkami nisko cenionymi oraz optymalizowanie systemów produkcji odgrywa centralną rolę w usprawnianiu wykorzystania lokalnych zasobów obszarów przybrzeżnych, zapewniając w ten sposób ich zrównoważony rozwój. W tym rozdziale pokazujemy, w jaki sposób „bardziej inteligentne” myślenie może zaowocować lepszymi i bardziej zrównoważonymi rozwiązaniami lokalnych problemów związanych z wykorzystaniem organizmów morskich oraz zasobów wodnych.

Niewykorzystane zasoby — nowe możliwości

Konsumpcja owoców morza w UE dotyczy głównie pięciu produktów: tuńczyka, dorsza, łososia, mintaja oraz krewetek, które w 2016 r. stanowiły prawie połowę wszystkich spożywanych owoców morza, zostawiając inne gatunki daleko w tyle pod względem wykorzystania.⁶ Niektóre państwa członkowskie dokonały w tej kwestii reorganizacji, odkrywając możliwość opracowywania nowych produktów na podstawie nisko cenionych gatunków. Dobrym przykładem takiego kraju jest Finlandia, której ministerstwo rolnictwa i leśnictwa oświadczyło niedawno, że:

„ Nasz kraj [Finlandia] ma olbrzymi potencjał w dziedzinie zwiększania zrównoważonego gospodarowania zasobami ryb. Za sprawą zrównoważonych metod połowu do sieci rybackich może trafiać nawet 50 milionów kilogramów nisko cenionych ryb. W ostatnich latach produkty spożywcze otrzymywane z tradycyjnie nie lubianych gatunków ryb zaczęły podbijać rynek? ”

Pozostaje pytanie: co możemy zrobić, by przekształcić te nisko cenione gatunki w produkty z wartością dodaną? LGR mogą pomóc w promowaniu lokalnych inicjatyw zmierzających do rozwiązania tego problemu. W Finlandii niektóre obszary LGR dysponują dużymi zasobami karpiowatych, np. leszcza i płotki, a popyt na te gatunki rośnie. Ważne jest zatem, by znaleźć opłacalne opcje zwiększania spożycia tych ryb przy jednoczesnym zapewnieniu rybakom zysków. Na przykład, **lapońska LGR** wspiera dwuletni **projekt** realizowany przez spółdzielnię rybacką oraz lokalną gminę, którego celem jest określenie wartości ekonomicznej mielonego mięsa ryb karpiowatych i ocenienie potencjału rynkowego takiego produktu. Równocześnie odbywa się szkolenie rybaków w dziedzinie wyrobu mielonego mięsa z płotki. Według wstępnych szacunków mielenie mięsa ryb do spożycia przez ludzi może być bardzo rentowne, co przekonało spółdzielnię rybacką do zakupu maszyny umożliwiającej mielenie dużych ilości mięsa płotki i miętusa⁸ w celu zaspokojenia potrzeb restauracji. Podobna inicjatywa jest realizowana przez **LGR Finlandii Wschodniej**, która finansuje **dwa projekty związane z karpiowatymi**: pierwszy ma na celu rozwijanie lokalnej branży rybnej w oparciu o produkty z nisko cenionych gatunków ryb karpiowatych, a drugi jest ukierunkowany na wdrażanie modeli biznesowych podnoszących rentowność połowu karpiowatych w obrębie całego łańcucha dostaw.

6 EUMOFA „Rynek rybny UE”, 2018 r.

7 Rząd Finlandii oraz instytut LUKE, „Płotka i inne ryby z rodziny karpiowatych jako niewykorzystany skarb fińskich wód”, 2019 r.

8 Miętus jest słodkowodną rybą z rzędu dorszokształtnych, blisko spokrewnioną z dorszem morskim i molwą.

Dwie ryby na jeden haczyk?

W wielu fińskich jeziorach duże ławice karpiovatych niekorzystnie wpływają na jakość wody. W związku z tym lepsze wykorzystanie takich gatunków przynosi dwie zasadnicze korzyści: (1) potencjalne przeciwdziałanie eutrofizacji, jako że usunięcie ryb usuwa również nadmiar składników odżywczych z wody, (2) uzyskanie wartości z gatunków nisko cenionych oraz stworzenie nowego rynku i źródła dochodu dla rybaków.

Radzenie sobie z gatunkami inwazyjnymi

Ze względu na globalne ocieplenie oraz inne czynniki środowiskowe obserwuje się zmiany związane z dystrybucją gatunków morskich. Dystrybucja niektórych gatunków przesunęła się na północ, co oznacza, że populacja pewnych gatunków zamieszkujących cieplejsze wody zmniejsza się na obszarach endemicznych, skutkując ich zastępowaniem przez obce gatunki inwazyjne.⁹ Na niektórych obszarach proporcje odłowów takich nowych i inwazyjnych gatunków rosną, co może niekorzystnie wpływać na inne, endemiczne i cenione w handlu gatunki, a także na lokalny ekosystem morski. Takie zjawisko zmusza niektóre społeczności rybackie do dostosowywania technik połowu oraz rynków.

Przykładem inwazyjnego gatunku, który powoduje szkody ekologiczne i ekonomiczne na obszarach morskich, jest krab błękitny (*Callinectes sapidus*). Krab błękitny jest gatunkiem żarłocznym zamieszkującym zachodnią część Oceanu Atlantyckiego. W ostatnich latach coraz częściej stwierdza się obecność tego skorupiaka u wybrzeży Morza Śródziemnego. **Lokalna Grupa Rybacka La Safor** wspiera realizację **projektu współpracy** pomiędzy miejscowym stowarzyszeniem rybaków a Uniwersytetem w Walencji. Celem tego przedsięwzięcia jest (1) określenie występowania, ilości oraz wpływu inwazyjnego gatunku na środowisko naturalne regionu, (2) opracowanie środków kontroli umożliwiających ograniczenie jego rozprzestrzeniania się, a także (3) stworzenie nowych możliwości rynkowych. W miejscowości Chalastra w Grecji **LGR Saloników** pomogła dwóm przedsiębiorcom w założeniu **dochodowej firmy** zajmującej się przygotowaniem i przetwórstwem owoców morza — w szczególności żywych krabów błękitnych. Kraby są łowione tradycyjnymi metodami i dostarczane głównie do Chin oraz do społeczności azjatyckich w Europie. Dzięki wsparciu technicznemu oraz finansowaniu otrzymywanym od LGR miejscowe społeczności rybackie mogą wykorzystać gatunki inwazyjne jako nowe źródła dochodu.

Woda jako wspólny zasób działów wodnych i obszarów przybrzeżnych

Wszystkie państwa członkowskie UE korzystają z planów gospodarowania wodami w dorzeczeniach, aby chronić i podnosić jakość wód w rzekach, jeziorach, ujściach oraz obszarach przybrzeżnych. Ponieważ zanieczyszczenia są często przenoszone wraz z nurtem wody, wspólne działania obszarów śródlądowych i przybrzeżnych mają kluczowe znaczenie dla zapewnienia ciągłości ekologicznej oraz dobrego stanu ekologicznego wód przybrzeżnych.

Niektóre LGR przyczyniły się już do wdrożenia wspólnych działań mających na celu podniesienie jakości wód oraz stworzenie systemu zarządzania, który obejmuje zarówno dorzecze, jak i obszar przybrzeżny. Dobrym tego przykładem jest **Cuan Beo**, organizacja społeczna założona przy wsparciu **LGR regionu zachodniego Irlandii**, której misją jest podnoszenie jakości życia, środowiska naturalnego oraz gospodarki obszaru zatoki Galway przy zachowaniu dziedzictwa kulturowego regionu. Organizacja Cuan Beo podjęła się rozwiązania problemu jakości wód w południowej części zatoki Galway poprzez ponowne utworzenie więzi między społecznościami lądowymi i morskimi, zapewnienie spójności oraz zrozumienia, a w rezultacie zabezpieczenie zasobów morskich regionu. Dzięki współpracy z Local Authorities Waters Programme (programem lokalnych władz ws. wód)

9 Międzynarodowa Rada Badań Morza (ICES), „Duże zmiany w dystrybucji ryb stwierdzone przez ICES”, 2017 r., A.H. Kaimuddin, „Wpływ zmian klimatycznych na dystrybucję ryb. Podejście z wykorzystaniem systemu informacji geograficznej (GIS), modeli oraz scenariusza zmian klimatycznych”, 2016 r. Perry i in., „Zmiany klimatyczne i zmiany dystrybucji ryb morskich”, *Science*, 308(5730), str. 1912–1915, 2005 r.

organizacja Cuan Beo uzyskała w ramach Ramowej Dyrektywy Wodnej status priorytetowy dla dwóch rzek, które uchodzą do południowej części zatoki Galway. Więcej informacji na temat tego projektu można przeczytać [tutaj](#).

Identyczne podejście mogą przyjąć również inne europejskie społeczności przybrzeżne borykające się z podobnymi problemami z jakością wód. Na przykład dzięki wsparciu ze strony [LGR Auray i Vannes](#) stowarzyszenie „CAP 2000” z Bretanii Południowej zbliżyło do siebie rybaków, producentów skorupiaków oraz rolników, by podnosić jakość wód oraz ogólne zrównoważenie zasadniczej działalności obszarów przybrzeżnych. Z kolei zakończony już projekt szwedzkiej LGR (Kustlinjen), który dotyczył rzeki Nyköpingsån, dowiódł skuteczności partnerstw we wdrażaniu wspólnego planu zarządzania obszarem dorzecza (więcej informacji można przeczytać [tutaj](#)). Innymi typowymi działaniami skoordynowanymi, które z inicjatywy LGR mogą być wspólnie realizowane przez obszary dorzeczy i obszary przybrzeżne, są:

- Zbieranie odpadów zanieczyszczających wody (np. plastiku i odpadów, które trafiają do rzek, a następnie płyną wraz z nurtem do wód morskich lub na obszary przybrzeżne).
- Podnoszenie świadomości w dziedzinie bioróżnorodności i ciągłości ekologicznej środowisk wodnych.
- Wspieranie pracy grup roboczych w dziedzinie łączenia obszarów śródlądowych i przybrzeżnych za pomocą sieci rzecznych, dorzeczy oraz akwenów.

W obiektywie: Europejski System Informacji Wodnej (WISE)



WISE (Europejski System Informacji Wodnej), jest platformą informacji dotyczących problematyki wodnej współtworzoną przez Komisję Europejską (DG ds. Środowiska, Eurostat oraz Wspólny Ośrodek Badawczy) i Europejską Agencję Środowiskową. System WISE powstał jako ogólnodostępna usługa internetowa zapewniająca dostęp do informacji dotyczących środowiska wodnego (interaktywne mapy, wykresy oraz wskaźniki jakości wody i stanu ekologicznego) obejmujących wody śródlądowe i morskie. Portal ten może być wykorzystywany zarówno jako praktyczne narzędzie, jak i unijna baza danych online wspierająca wspólne analizowanie problematyki gospodarowania zasobami wodnymi obszarów LGR.

Spółeczne projekty odnawialnej energii

Bliskie położenie mórz lub dużych zbiorników wodnych daje obszarom przybrzeżnym korzyść w postaci wyjątkowych warunków naturalnych (tzn. wiatru, fal, przyływów oraz dużych ilości światła słonecznego), co czyni je idealnymi lokalizacjami do rozwijania odnawialnych źródeł energii. Wymogi technologiczne w dziedzinie wykorzystania odnawialnych źródeł energii mogą być różne i często zależą od dojrzałości branży. Na przykład technologie solarne i wiatrowe są zazwyczaj bardziej rozwinięte od innych rozwiązań z zakresu energii odnawialnej, co czyni je nie tylko bardziej niezawodnymi, ale też przystępnymi cenowo dla większości społeczności przybrzeżnych.

W Europie realizowanych jest szereg społecznych projektów odnawialnej energii — od mniejszych inicjatyw (ukierunkowanych na infrastrukturę i wyposażanie małych budynków oraz łodzi w ogniwa słoneczne w celu zwiększenia samowystarczalności energetycznej) po duże przedsięwzięcia mające na celu zapewnienie dostaw energii całym społecznościom. Miejscowi rybacy z wyspy Bere (południowy zachód Irlandii) musieli wyładowywać swoje połowy w świetle dziennym, ponieważ ten peryferyjny punkt rozładunku nie miał oświetlenia. LGR skontaktowała rybaków z lokalnym inżynierem elektrykiem w celu omówienia ich konkretnych wymogów. Elektryk zaprojektował **system oświetlenia zasilany ogniwami fotowoltaicznymi**, który pracuje niezależnie od sieci energetycznej. Doprowadziło to do poprawy bezpieczeństwa i warunków roboczych oraz umożliwiło rybakom wydłużenie godzin pracy.

Dzięki wsparciu LGR regionu wschodniej Asturii organizacja rybacka (hiszp. cofradía) z miejscowości Bustio sfinansowała dwa projekty, których celem było zapewnienie całkowitej **samowystarczalności działań prowadzonych na lądzie poprzez dostawy odnawialnej energii**. Pierwszy projekt, który został wdrożony w 2014 r., obejmował ogniwa solarne podłączone do krajowej sieci energetycznej. Jednak pozbawione możliwości magazynowania energii ogniwa zapewniały zasilanie tylko w określonych

porach dnia. W celu osiągnięcia pełnej autonomii energetycznej w 2017 r. cofradia zainstalowała akumulatory umożliwiające magazynowanie nadmiaru energii i jej dowolne wykorzystywanie. W ramach drugiego projektu zamontowano również turbiny wiatrowe oraz generator na paliwo biodiesel umożliwiające podtrzymywanie produkcji w okresach braku wiatru lub światła.

Główne cele projektów energii odnawialnej to:

- obniżanie kosztów energii na poziomie lokalnym;
- podnoszenie samowystarczalności energetycznej;
- zwiększanie niezawodności dostaw energii (oddalone obszary, które znajdują się w krańcowych punktach sieci energetycznej, częściej miewają problemy z niedoborami energii);
- tworzenie/utrzymywanie lokalnych miejsc pracy/źródeł dochodów. Wdrażanie takich projektów może przynosić korzyści lokalnym pracownikom odpowiedzialnym za ich utrzymywanie. W niektórych przypadkach społeczne projekty energetyczne umożliwiły nawet wygenerowanie dochodu dla lokalnej społeczności poprzez odsprzedaż nadwyżek energii do krajowej sieci energetycznej.

Stopień złożoności projektu będzie się różnił w zależności od konfiguracji, jednak często decyduje o nim skala przedsięwzięcia. Podczas gdy niewielkie przedsięwzięcie ukierunkowane na redukcję zużycia energii pojedynczego budynku lub projektu będzie dla większości LGR względnie nieskomplikowane i niedrogi, to już opracowanie programu odnawialnej energii zapewniającego samowystarczalność całej społeczności pozostaje skomplikowanym zadaniem. Tak jak w przypadku każdego przedsięwzięcia realizowanego zbiorowo, również te programy społeczne wymagają sprawnej koordynacji na poziomie lokalnym, przy czym kierownicy projektu powinni wywodzić się ze społeczności i oferować różne zestawy umiejętności w dziedzinach:

- techniki, by zagwarantować minimalne zrozumienie wymogów/opcji technicznych;
- relacji z ludźmi, by zmobilizować całą społeczność do wsparcia projektu i przekonać do niego negatywnie nastawione grupy.

Postawa NIMBY (ang. „not in my backyard”, czyli „nie w moim ogródku”) jest powszechnym problemem tego typu inicjatyw. Jej źródłem jest fakt, że większość ludzi akceptuje zasady projektu, dopóki nie wkracza on do „ich ogródka” (tzn. do czasu, aż zostaną bezpośrednio objęci jego działaniem). Jak odnotowują inicjatorzy [programu odnawialnej energii dla wyspy Samsø](#) w Danii, kluczowe znaczenie w kontekście wdrażania przez społeczności takich projektów oraz redukcji efektu NIMBY mają podejścia partycypacyjne/oddolne (takie jak RLKS).

Skala finansowania społecznych programów energii odnawialnej będzie w większości przypadków większa w porównaniu z przeciętnymi projektami LGR. Do opłacenia niezbędnych dużych inwestycji prawdopodobnie potrzebne będą inne źródła finansowania, zaś LGR będzie w tym zakresie pełniła rolę katalizatora. LGR mogą koordynować takie projekty poprzez finansowanie wstępnych badań, pobudzanie zaangażowania społecznego, wspieranie kierowników projektów oraz wyszukiwanie podmiotów mogących udzielić pomocy finansowej. Projekty tego rodzaju mogą wymagać wielu różnych źródeł wsparcia finansowego (patrz [Rozdział piąty: Inteligentne finansowanie](#), w którym opisano połączony model finansowania ukierunkowany na wspieranie LGR w identyfikowaniu potencjalnych źródeł pomocy pieniężnej).

Społeczne programy energii odnawialnej realizowane na szeroką skalę są skomplikowanymi przedsięwzięciami wymagającymi wzmoczonych interakcji z wieloma grupami ludności obszaru. Złożoność tę można jednak przekształcić w okazję do wsparcia lub rozpoczęcia nowych, dynamicznych lokalnych przedsięwzięć. W przypadku wspomnianej wyspy Samsø społeczny program energii odnawialnej zwiększył motywację i dążenie do poprawy ogólnego zrównoważenia wyspy (która planuje całkowite uniezależnienie się od paliw kopalnych do 2030 r.), jednocześnie stymulując miejscowe sektory produkcji żywności organicznej i lokalnej.

Dostępne są różne platformy wsparcia społecznych projektów energii odnawialnej funkcjonujące na poziomie krajowym (jak chociażby [Community Energy Scotland](#)) oraz unijnym (na przykład [Clean Energy for EU islands](#), czyli projekt skierowany do europejskich społeczności wyspiarskich chcących przechodzić na energię ekologiczną).

2. Innowacje

W 2012 r. inicjatywa Komisji Europejskiej pod hasłem „Niebieski wzrost” uwidoczniała rolę obszarów przybrzeżnych i mórz jako czynników sprawczych innowacji na rzecz niebieskiej gospodarki.¹⁰ Z kolei w 2018 r. Komisja Europejska zaproponowała plan działania mający na celu rozwijanie zrównoważonej i okrężnej biogospodarki w Europie.¹¹ Łącząca te koncepcje „niebieska gospodarka” odnosi się do działań skupianych wokół zrównoważonego wykorzystania zasobów morskich, w tym rybołówstwa, akwakultury, przetwórstwa i produkcji energii. Podczas gdy publiczno-prywatne partnerstwa pozyskują lokalne strony zainteresowane z różnych sektorów (takich jak rybołówstwo, badania i rozwój, edukacja, przetwórstwo itp.), LGR doskonale nadają się do wspierania i rozwijania niebieskich innowacji.

W obiektywie: BlueBio COFUND

Głównym zadaniem projektu **BlueBio COFUND** jest utworzenie skoordynowanego programu finansowania badań i rozwoju w wysokości 30 mln EUR na potrzeby wspierania rozwoju niebieskiej biogospodarki w Europie. Celem jest określenie nowych i usprawnienie istniejących metod wprowadzania bioproduktów oraz biousług na rynek z jednoczesnym zapewnieniem wartości dodanej. Państwa uczestniczące w projekcie BlueBio COFUND to: Belgia, Chorwacja, Dania, Estonia, Finlandia, Grecja, Hiszpania, Irlandia, Islandia, Malta, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rumunia, Szwecja oraz Włochy. Obejrzyj wprowadzenie do projektu BlueBio COFUND [tutaj](#).

Wspieranie inicjatyw w dziedzinie niebieskiej biogospodarki



LGR z całej Europy aktywnie przyczyniły się do rozwoju niebieskiej biogospodarki. Galicyjska **LGR Mariña-Ortegal** wsparła utworzenie gospodarstwa **Reef Water Coral Farm** — pierwszej w Europie komercyjnej hodowli koralowca, która produkuje około 5 000 koralu rocznie i przyciąga gości oraz wycieczki szkolne z całego regionu. Firma rozrosła się w dużym tempie, a jej właściciele zajmują się gospodarstwem w pełnym wymiarze godzin.

Kolejnym dynamicznie rozwijającym się sektorem niebieskiej biogospodarki jest sektor wodorostów. Inicjatywy w tej dziedzinie otrzymują wsparcie licznych LGR. Na przykład, w celu ograniczenia zależności swojego obszaru od przetwórstwa ryb **LGR Costa da Morte** (Galicja) wsparła utworzenie start-upu **Carbiotech**, który prowadzi lądową hodowlę mikroglonów na potrzeby pozyskiwania oleju wykorzystywanego jako składnik odżywczy

klasy farmaceutycznej (omega-3) przeznaczony do spożycia przez ludzi. Ponadto LGR pomogła firmie w nawiązaniu kontaktu z lokalnymi rybakami i zbieraczami skorupiaków, którzy wyszukują i zbierają mikroglony przekazywane następnie do specjalnego zakładu w celu hodowli aż do osiągnięcia dojrzałości.

Irlandzka firma **Blath na Mara** zajmuje się ręcznym zbiorem dzikich wodorostów na dziewiczych brzegach Inis Mór, wyspy leżącej na irlandzkim wybrzeżu Atlantyku. Głównym produktem przedsiębiorstwa są organiczne wodorosty sprzedawane hurtowo w postaci suszonej, mielonej lub w całości. **LGR regionu zachodniego Irlandii** zapewniła finansowanie oraz wiedzę fachową w

¹⁰ Komisja Europejska, „Niebieski wzrost: Szanse dla zrównoważonego wzrostu w sektorach morskich”, 2012 r.

¹¹ Komisja Europejska, „Zrównoważona biogospodarka dla Europy: Uaktualniona strategia biogospodarki”, 2018 r.

różnych dziedzinach takich jak przedsiębiorczość i marketing. Umożliwiło to zmodernizowanie istniejącego zakładu i urządzeń przetwórstwa oraz doprowadziło do wzrostu jakości **wyrobów Blath na Mara**, a jednocześnie zapewniło możliwość opracowywania nowych produktów. Dodatkowym skutkiem było doprowadzenie do rozwinięcia nowego etapu działalności rodzinnej firmy skupiającego się na turystyce gastronomicznej i edukacyjnej związanej z wodorostami na wyspach Aran.

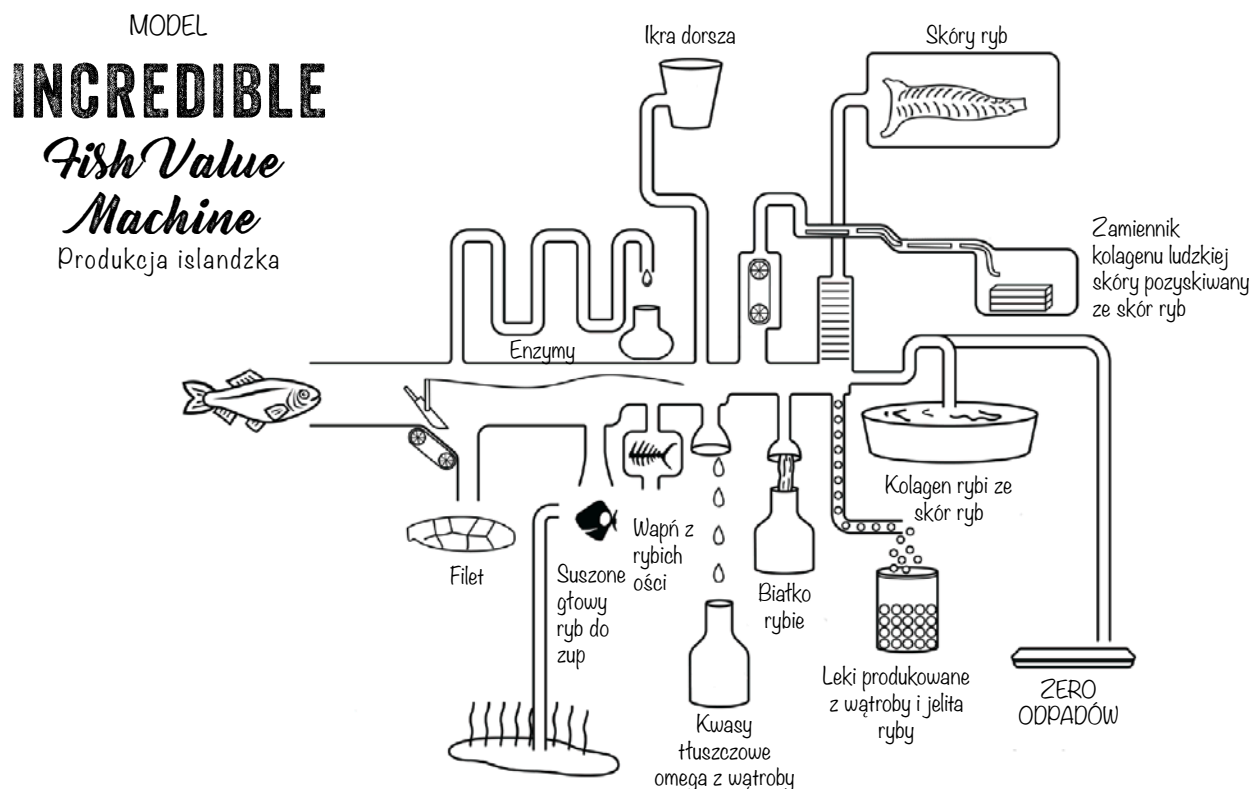
W obiektywie: Horyzont 2020

Wiele projektów obecnie realizowanych w ramach programu Horyzont 2020 (H2020) wspiera inicjatywy związane z niebieską biogospodarką. Przykładem takiego projektu jest H2020 **TOPBALAT**. Ten innowacyjny projekt ma na celu zbudowanie trwałego łańcucha wartości strzykwy. Pierwszy etap przedsięwzięcia zakłada utworzenie i standaryzację metody połowu strzykwy, a także opracowanie nowej generacji linii przetwórstwa. W drugim etapie zespół Topbalat wesprze zainteresowane przedsiębiorstwa na terenie Europy w rozpoczęciu eksploatacji lokalnych gatunków strzykwy.¹²

Klasy morskie: zwiększanie skali projektów biogospodarki

Skutecznym sposobem stymulowania innowacji jest zebranie firm reprezentujących różne gałęzie tego samego sektora w jednym miejscu w celu utworzenia tzw. klastra. Wzajemna bliskość oraz działania podejmowane przez firmy i organizacje (współdzielenie przestrzeni biurowych, sesje szkoleniowe, warsztaty, wydarzenia czy wizyty badawcze) zachęcają do interakcji i przełamują tendencję do zamykania się w sobie. Każda firma (lub organizacja) dzieli się swoją konkretną wiedzą fachową, tworząc nowe okazje biznesowe.

W przypadku sektora morskiego Islandii metoda ta znajduje odzwierciedlenie w **islandzkim klastrze oceanicznym**. Klaster ten doprowadził do opracowania modelu wykorzystania ryb noszącego nazwę „Incredible Fish Value Machine”, czyli „niesamowity mechanizm generowania wartości z ryb” (Ilustracja 1). Model ten zwiększył wykorzystanie biomasy rybnej z 20% (głównie jako żywność dla ludzi) do 80%, przekształcając łuski, ości, wnętrzności i inne części nienadające się do spożycia przez ludzi, w dochodowe produkty.



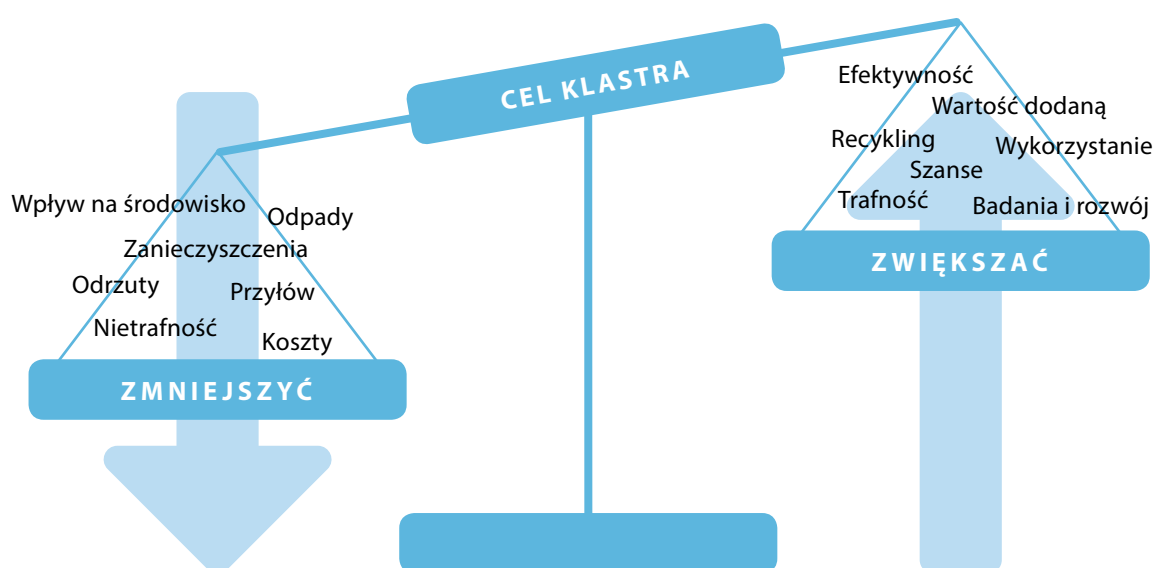
Ilustracja 1: Model „Incredible Fish Value Machine”¹³

12 Topbalat, „Aurora Seafood”, 2019 r.

13 Islandzki klaster oceaniczny, „Prezentacja modelu «Incredible Fish Value Machine»”, 2016 r.

W obiektywie: Islandzki klaster oceaniczny

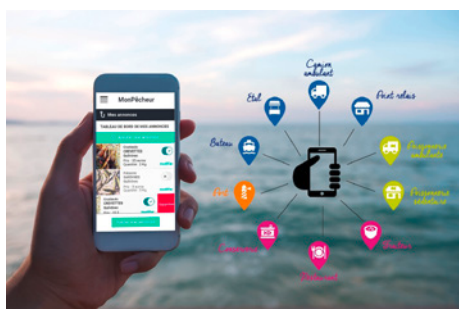
Misją Islandzkiego klastra oceanicznego (IKO) jest tworzenie wartości oraz odkrywanie nowego potencjału poprzez budowanie relacji między przedsiębiorcami, firmami, władzami i środowiskami akademickim z sektora morskiego. W celu realizowania tej misji Islandzki klaster oceaniczny zapewnia szereg usług (inkubatory start-upów, konsultacje, badania i rozwój, budowanie sieci, reprezentowanie sieci, wycieczki biznesowe itp.). Ponadto IKO inwestuje w nowe firmy odpryskowe oraz projekty w sektorze morskim. Badania wspierane przez IKO skupiają się na owocach morza, wykorzystaniu produktów ubocznych, biotechnologii morskiej oraz innych zagadnieniach związanych z morzem. W 2019 r. 75 firm (140 osób) korzystało z 3 000 m² powierzchni siedziby IKO. Jeden z przykładów historii sukcesu osiągniętego przy wsparciu IKO wiąże się z islandzką branżą przetwórstwa dorsza. W 1981 r. branża wykorzystywała około 55% ciała ryby. Dziś wskaźnik ten wzrósł do 75–80%, a docelowo ma wynieść 100% wykorzystania dzięki islandzkiej metodzie „Incredible Fish Value Machine”. Przy tak wysokim stopniu wykorzystania wartość jednej sztuki dorsza może sięgnąć nawet ok. 8 000 EUR.



Innowacje technologiczne jako bodziec do inteligentnego wykorzystania zasobów

Jak pisaliśmy powyżej, optymalizacja łańcucha wartości i ulepszanie systemów produkcji pozwalają na bardziej strategiczne wykorzystanie zasobów obszarów rybołówstwa. Pod tym względem nowe technologie mogą być pomocne w kategoriach jakości, identyfikowalności oraz zrównoważenia rozmaitych elementów łańcucha wartości.

LGR mogą wspierać wprowadzanie nowych narzędzi technologicznych do społeczności rybackich poprzez: finansowanie sesji szkoleń informatycznych pomagających rybakom w lepszym organizowaniu pracy zbiorowej; wspomaganie rozwoju narzędzi cyfrowych służących do organizacji bezpośredniej sprzedaży wyrobów z owoców morza; a także promowanie wykorzystania sprzętu i aplikacji komputerowych do etykietowania, identyfikowania i sprzedaży produktów rybnych.



Dwie bretońskie LGR (**Cornouaille** oraz **Brest**, Francja) pomagają młodemu programiście we wprowadzeniu na rynek programu **MonPêcheur** cyfrowego narzędzia do organizacji bezpośredniej sprzedaży produktów z owoców morza. Bezpośrednia sprzedaż prowadzona przez rybaków w regionie Bretanii jest obecnie ograniczona, a sektor potrzebuje reorganizacji. Celem projektu MonPêcheur jest stworzenie mapy oraz listy rybaków zainteresowanych bezpośrednią sprzedażą swoich produktów, a także zapewnienie im platformy sprzedaży online. Za pośrednictwem tej łatwej w obsłudze aplikacji rybacy będą mogli informować potencjalnych konsumentów o dostępnych gatunkach i ich ilościach, jak również o

lokalizacji, cenie i terminie sprzedaży, co przełoży się na zwiększenie sprzedaży bezpośredniej w regionie. Poza sfinansowaniem aplikacji LGR odegrała także istotną rolę w skontaktowaniu promotora projektu z przedstawicielami sektora owoców morza oraz zachęceniu części tego sektora do traktowania rozwoju sprzedaży bezpośredniej jako okazji, a nie zagrożenia. By zmienić zdanie sceptyków, przekonywano ich, że każda inicjatywa promująca konsumpcję lokalnych wyrobów rybnych będzie korzystna dla rynku owoców morza, który jest obecnie silnie zdominowany przez produkty importowane. Co więcej, zważywszy na obowiązujące ograniczenia w dziedzinie sprzedaży bezpośredniej (maksymalnie 100 kg dziennie na rybaka), ilości produktów w obrocie są niewielkie i prawdopodobnie reprezentują maksymalnie 5% wszystkich połowów w regionie Bretanii.

Dzięki nowym technologiom identyfikowalność oraz możliwości wprowadzania owoców morza na rynek uległy znacznej poprawie w ciągu ostatnich dziesięciu lat. Edukowanie i szkolenie praktyków (rybaków) w celu zwiększenia przejrzystości produkcji na odcinku od złowienia ryby do jej sprzedaży jest jednym z działań, które mogą być wspierane przez LGR, by podnosić zrównoważone wykorzystanie zasobów, jednocześnie niwelując wykluczenie cyfrowe społeczności rybackich.



Na przykład LGR „Słońce i błękit” (Sycylia, Włochy) wsparła rozwijanie innowacyjnego i niezawodnego systemu informatycznego do zarządzania identyfikowalnością i sprzedażą produktów z owoców morza. Łatwy w obsłudze system o nazwie **T-FISH** jest zintegrowanym rozwiązaniem sprzętowo-programowym, które zapewnia rybakom narzędzia umożliwiające etykietowanie, kompilowanie i przesyłanie danych. Rybacy mogą również wykorzystać te informacje do celów marketingowych poprzez udostępnianie w portalu danych na temat złowionych gatunków jeszcze przed ich wyładunkiem.

Systemy informatyczne oraz aplikacje mobilne mogą również być przydatne w ulepszaniu organizacji i produkcji. Przy współpracy z lokalnymi organizacjami producentów LGR **Ria de Arousa** opracowała platformę **Xesmar**. Narzędzie ma na celu usprawnienie codziennych czynności w dziedzinie zarządzania, kontrolowania, planowania oraz wykorzystania lokalnych zasobów morskich. Platforma Xesmar jest obecnie wykorzystywana przez zbieraczy skorupiaków należących do trzech organizacji (Cofradías de Cambados, de Vilanova i de Vilaxoan). Dzięki aplikacji zbieracze skorupiaków zyskali łatwy dostęp do danych dotyczących warunków pogodowych, jakości wód, spotkań organizacyjnych czy też dni zakazu połowu z powodu obecności toksyn w wodach.



Innym przykładem jest „**Mobilny sklepik wiejski**” — inicjatywa wspierana przez niemiecką LGR **Tirschenreuth**. Założeniem projektu jest połączenie tradycyjnego sklepu objazdowego w postaci niewielkiego samochodu dostawczego z platformą cyfrową, która umożliwia konsumentom zamawianie lokalnych produktów spożywczych przez internet. Takie rozwiązanie tworzy krótkie łańcuchy dostaw żywności uwzględniające produkty hodowli ryb. Przy użyciu platformy konsumenci mogą również na bieżąco śledzić postępy mobilnego sklepu. Oprócz bezpośrednich zalet cyfrowe aplikacje i nowe technologie oferują dodatkowe korzyści w postaci mniejszego wykorzystania zasobów takich jak papier, drukarki czy energia, jednocześnie przyczyniając się do wzmocnienia więzi między sektorem rybołówstwa a innymi zainteresowanymi stronami uczestniczącymi w rozwoju obszarów przybrzeżnych.

Arkusze informacyjne i: Jak i dlaczego organizować hackathony (maratony programowania)?

W oryginalnym zamyśle hackathony były wydarzeniami przypominającymi maraton, podczas których programiści zbierali się, by w ograniczonym czasie intensywnie pracować nad wspólnymi projektami informatycznymi. Od tego czasu koncepcja została przeniesiona na inne sektory, by stymulować otwarte innowacje w zróżnicowanych środowiskach. Hackathon różni się od wszystkich innych wydarzeń, ponieważ:

- Jest ograniczony stałymi ramami czasowymi (od 14 do 72 godzin) i często wymaga od uczestników nocowania na miejscu.
- Zakłada udział różnych partnerów, którzy są zapraszani w celu wspólnego tworzenia treści.
- Skupia się na rozwiązywaniu konkretnych problemów.
- Opiera się na zbieraniu przez zespoły doświadczeń w różnych sektorach.
- Prowadzi do otrzymania przejrzystych rezultatów, które są odpowiedzią na zidentyfikowane wcześniej problemy.

Arkusze informacyjne wyjaśnia krok po kroku metodologię przygotowywania hackathonów i opisuje doświadczenia dwóch LGR (**Brest** oraz **Cote d'Opale**, Francja), które uczestniczyły w organizacji tego typu wydarzeń.

Pre-Hackathon

1. Zdefiniuj główne cele hackathonu. Ogólnym celem każdego hackathonu jest pobudzenie innowacji, jednak warto jest określić innowacje, do których będziemy dążyć, np. rozwój obszarów morskich/przybrzeżnych.
2. Zidentyfikuj potencjalnych partnerów ze swojego obszaru. W tym celu stwórz listę partnerów, wyszczególniając motywy ich udziału w hackathonie. Partnerzy są ważni, ponieważ: pomagają w mobilizowaniu uczestników, zapewniają finanse (sponsoring) oraz zasoby (lokalizacja lub inny wkład niepieniężny), pełnią rolę ekspertów. Ponadto partnerzy często kontynuują pracę nad projektami po zakończeniu wydarzenia.

Florence Sergent, dyrektor LGR Littoral Opale:

„Partnerzy mają kluczowe znaczenie dla powodzenia tego rodzaju wydarzeń. Ich rolą jest bycie częścią wydarzenia, a nie tylko zapewnianie wsparcia finansowego. Partnerzy powinni współtworzyć wydarzenie i czuć się współodpowiedzialni za inicjatywę”.

3. Wspieraj swoich partnerów w proponowaniu wyzwań, które są odpowiedzią na ich bezpośrednie obawy lub, w bardziej ogólnym ujęciu, wyzwań zmierzających do rozwiązania problemów obszaru Twojej LGR.

Florence Sergent:

„Wyzwanie jest okazją do sprawdzenia problemu i poddania go analizie przez nowe zainteresowane strony”.

Luce Demangeon, dyrektor LGR Brest:

„Kluczem do sukcesu jest zgromadzenie zróżnicowanej grupy zmotywowanych partnerów, którzy wierzą w wartość dodaną takich wydarzeń”.

4. Po opracowaniu listy partnerów i powiązanych wyzwań zdefiniuj dokładny program oraz aspekty logistyczne hackathonu: ogólny przebieg, sesje pod okiem ekspertów (mające na celu przekazanie treści technicznych związanych z wyzwaniami), sesje coachingu (wspierające podejścia zespołów do rozwiązywania problemów), posiłki, zakwaterowanie i stanowiska pracy itp. Pamiętaj, że wydarzenia te zazwyczaj trwają 48 godzin bez przerw, dlatego musisz „zadbać” o uczestników (zapewnić zaplecze gastronomiczne, wypoczynkowe i sypialne).
5. Opracuj plan komunikacji związanej z hackathonem — najlepiej z wyprzedzeniem przynajmniej 4–6 miesięcy. Wykorzystaj wszystkie dostępne kanały do promowania hackathonu — jego celów, partnerów oraz metodologii (program, sesje wprowadzające oraz coaching).
6. Powołaj niewielki komitet sterujący, który będzie się zbierał raz w miesiącu, a także większe zgromadzenie partnerów, którzy muszą być informowani o postępach projektu. Wysłuchuj propozycji partnerów dotyczących rozwijania wydarzenia i bierz je pod uwagę.

Luce Demangeon:

„Rozważ określenie swojego hackathonu innym mianem. Nie każdy zna znaczenie tego słowa, co na obszarach niektórych LGR może zaszkodzić uczestnictwu. Co więcej, partnerzy hackathonu muszą komunikować jak najwięcej informacji na temat wydarzenia oraz powiązanych wyzwań, tak aby dotrzeć do bardzo zróżnicowanego grona odbiorców”.

During the Hackathon

1. Upewnij się, że nad każdym wyzwaniem będzie pracowała przynajmniej jedna grupa uczestników. Mobilizacja zespołów wokół poszczególnych wyzwań ma kluczowe znaczenie dla pomyślnego przebiegu wydarzenia. Uczestnicy zazwyczaj łączą się w grupy liczące od 2 do 5 osób, by pracować nad proponowanym wyzwaniem, do którego zgłosili się przed rozpoczęciem wydarzenia
2. Jasno zakomunikuj harmonogram sesji pod okiem ekspertów oraz sesji coachingu. Takie warsztaty szkoleniowe są przydatne dla uczestników w celu zdefiniowania wyzwań, nadania im kontekstu oraz przekazania wiedzy tematycznej lub metodologicznej.
3. Upewnij się, że autorzy propozycji wyzwań (partnerzy) są dobrze „widoczni/rozpoznawalni” i dostępni na potrzeby udzielania wyjaśnień oraz odpowiedzi na pytania uczestników związane z wyzwaniami.
4. Na zakończenie wydarzenia zorganizuj okrągły stół z udziałem partnerów i zaproszonych ekspertów w konkretnej dziedzinie związanej z tematem przewodnim hackathonu, np. „innowacjami z zakresu rozwoju lokalnego”. Ważne jest, by wykorzystać tę okazję do zorganizowania burzy mózgów i przypieczętowania trwałych partnerstw między lokalnymi działaczami.
5. Zwołaj wyważony panel jurorów (odzwierciedlający Twoje terytorium oraz partnerów), by rozważyć koncepcje projektów odpowiadających proponowanym wyzwaniom.
6. Zaoferuj uczestnikom nagrody (np. specjalne nagrody dla zwycięzców każdego wyzwania).

PODPOWIEDŹ

Wykorzystaj hackathon jako okazję do zaprezentowania i udostępnienia uczestnikom tradycyjnych produktów/posiłków z owoców morza z Twojego regionu.

Luce Demangeon:

„Młodzi uczestnicy (np. miejscowi studenci) wnieśli do dyskusji swoją dociekliwość i kreatywność. Ich umiejętności informatyczne oraz głębokie zainteresowanie zagadnieniem otworzyły nowe perspektywy w dziedzinie praktycznego wdrożenia skomplikowanego zagadnienia (w tym przypadku zanieczyszczenia portu)“.

Po hackathonie

1. Kontynuuj działania związane z poszczególnymi projektami — w szczególności tymi, które wzbudziły największe zainteresowanie partnerów. Ważne jest, by wykazać ciągłość wydarzenia, zarówno przed partnerami, jak i grupami uczestników.
2. Przedstaw członkom zarządu LGR koncepcje projektów opracowanych podczas hackathonu i zaprosz promotorów projektów, którzy uczestniczyli w wydarzeniu, by zademonstrowali swoje projekty podczas przyszłych spotkań LGR.
3. W kolejnych miesiącach po hackathonie intensywnie komunikuj rezultaty wydarzenia. Nie oczekuj natomiast, że hackathon rozwiąże wszystkie problemy — traktuj go jak „przerwę techniczną na drodze do rozwiązania problemów”¹⁴ oraz sposób na zmobilizowanie różnych partnerów i podnoszenie świadomości w różnych dziedzinach.

Florence Sergent:

„Hackathon jest powiewem motywacji inspirowanym przez lokalnych działaczy reprezentujących wszystkie pokolenia i sektory. Hackathon to czas dzielenia się oraz wspólnego tworzenia“.



Pamiętaj jednak, że pomimo możliwości organizowania na poziomie lokalnym hackathony mogą wymagać dużych nakładów czasu oraz zasobów. Jedną z opcji jest przyłączenie się do już organizowanego hackathonu. Hackathony często przyjmują formę szerszych, międzynarodowych struktur obejmujących swoim zasięgiem wiele różnych krajów, a nawet kontynentów. Przykładem jest Ocean Hackathon, doroczne wydarzenie organizowane przez **Campus Mondial de la Mer** oraz **Technopôle Brest-Iroise** i mające na celu rozwijanie nowych produktów

oraz usług w oparciu o dane dotyczące oceanów. **LGR francuskiego miasta Brest** zdołała wprowadzić do programu wydarzenia w 2018 r. wyzwanie związane z gospodarką okrężną (jako jedno z 12 wyzwań). Grupa studentów inżynierii wspierana przez badaczy i ekspertów z Francji, Kanady, Irlandii, Wielkiej Brytanii oraz Belgii pracowała non-stop, by sprostać wyzwaniu LGR pod hasłem „Okrężne rozwiązania problemu odpadów w portach”. Obejrzyj materiał filmowy z Ocean Hackathon [tutaj](#).

Luce Demangeon:

„Nasz udział w wydarzeniu zapewnił rozmaite możliwości w dziedzinie interakcji między zespołem Ocean Hackathon a LGR: testowanie nowych projektów, wspólne tworzenie przyszłej strategii, angażowanie nowych zainteresowanych stron w poważne kwestie...“.

14 J. Tauberer, „[Jak przeprowadzić udany hackathon](#)”, 2017 r.

Hackathon w liczbach:

- W typowym hackathonie może wziąć udział do 40 partnerów, 122 uczestników, 14 zespołów, 24 coachów, 15 członków jury oraz 2 ekspertów prowadzących sesje tematyczne.
- Zasoby ludzkie: 1 ekwiwalent pełnego etatu (dwie osoby zatrudnione w niepełnym wymiarze godzin) przez 4 miesiące przed wydarzeniem plus zespół liczący od 2 do 3 organizatorów pracujących w pełnym wymiarze godzin w trakcie wydarzenia.
- Źródła finansowania: Region Hauts-de-France, agencja ds. lokalnego rozwoju gospodarczego (organ odpowiedzialny LGR), sponsoring, miejscowy bank.
- Przybliżony budżet: Od 20 000 do 25 000 EUR kosztów bezpośrednich (z wyłączeniem wkładu niepieniężnego otrzymanego od rozmaitych partnerów, a także wynagrodzeń dla personelu).

W obiektywie: Czwarta edycja „Weekendowych innowacji — Mer et littoral”

Czwarta edycja *Weekendowych innowacji — Mer et littoral* odbyła się w Boulogne-sur-Mer (Francja) w dniach 14–16 marca 2019 r. Najnowsza edycja wydarzenia otrzymała finansowe wsparcie regionu Hauts-de-France, a organizacją zajął się organ odpowiedzialny *Lokalne Grupy Rybackiej Littoral Opale*.



Dyrektor LGR odegrał decydującą rolę w zorganizowaniu partnerstwa niezbędego do zapewnienia pomyślnego przebiegu wydarzenia. W hackathonie wzięło udział około 120 uczestników, którzy podzielili się na 14 zespołów, by sprostać 13 zaproponowanym wyzwaniom. Wśród wysuniętych propozycji na szczególną uwagę zasłużyły: „odkrywanie i szacowanie źródeł odpadów przemysłowych” miejscowej LGR, „ulepszanie wspólnego bytowania użytkowników obszarów morskich” lokalnego komitetu rybackiego, a także „przyciąganie nowych talentów i wspieranie ich osiedlania się w regionie” autorstwa lokalnych handlarzy rybami.

Podczas weekendu uczestnicy wydarzenia mogli uczęszczać na sesje pod okiem ekspertów, by szlifować swoje narzędzia/umiejętności techniczne od kątem wyzwań. Tematyka tych zajęć dotyczyła m.in. technologii cyfrowych, innowacyjnych metod finansowania oraz systemów informacji geograficznej (GIS). Pomysły wybrane przez jurorów zostały zaprezentowane [tutaj](#), jednak hackathon był okazją do stworzenia także innych koncepcji — w szczególności projektu społecznego przedsiębiorstwa, które szkoli osoby długotrwale bezrobotne w dziedzinie mapowania, zbierania, sortowania i szacowania wartości odpadów przemysłowych z przetwórstwa owoców morza w Boulogne-sur-mer. Ze względu na geograficzną koncentrację ośrodka przemysłu do zbierania odpadów wykorzystuje się elektryczne pojazdy wspierane przez cyfrową aplikację pomocniczą.

3. Integracja

Społeczności, w których dokonuje się integracji mieszkańców, są silniejsze i bardziej odporne. Jednak brak zdolności zapewniania odpowiednich usług publicznych utrudnia integrację. W tej sytuacji niezwykle istotne staje się znajdowanie nowych metod podtrzymywania takich usług. W tym rozdziale omawiamy różne opcje osiągnięcia tego celu. Budżety publiczne oraz powiązane usługi są zazwyczaj przydzielane na podstawie wielkości lokalnej populacji. Nowe technologie i nowe metody pracy oferują potencjalne rozwiązania kwestii emigracji młodych ludzi z obszarów wiejskich, a także przyciągania nowych mieszkańców poprzez podnoszenie jakości życia w „inteligentnych obszarach przybrzeżnych”.

Zapewnianie podstawowych usług publicznych: zdrowie i transport

Wiele obszarów przybrzeżnych — głównie tych w pogarszającej się sytuacji — ma problemy z utrzymywaniem podstawowych usług społecznych (np. transportu, opieki medycznej i mieszkalnictwa socjalnego) oraz infrastruktury niezbędnej do zapewnienia wysokiej jakości życia oraz włączenia społecznego. Poziom usług publicznych oferowanych na szczeblu lokalnym jest zazwyczaj skorelowany z liczbą mieszkańców, dlatego walka z wyludnieniem jest równocześnie walką o utrzymywanie usług. Wielkość populacji obszarów przybrzeżnych często wykazuje sezonowe fluktuacje, a wiele obszarów odnotowuje pięcio-, a nawet dziesięciokrotny wzrost populacji w okresie letnim. Wzrostowi populacji zazwyczaj towarzyszy usprawnienie funkcjonowania usług publicznych, czego typowym przykładem jest transport publiczny. Wydłużenie sezonu turystycznego lub rozłożenie go w skali roku może pomóc w utrzymaniu wyższego poziomu usług publicznych. Na przykład w Finlandii niektóre społeczności przybrzeżne zaspokajają potrzeby różnych rynków turystycznych poprzez oferowanie rozmaitych atrakcji takich jak łowienie w przeręblu, lekcje gotowania, wycieczki łodzią i festiwale ryb, dzięki czemu sezon turystyczny trwa przez cały rok. Jeśli bezpośrednie świadczenie podstawowych usług na danym terytorium jest niemożliwe, nowe technologie mogą stwarzać ciekawe nowe opcje zaspokajania potrzeb lokalnej populacji, jak pokazuje przykład portugalskiej wyspy Culatra (patrz poniżej).

Wirtualne usługi konsultacji medycznych dla społeczności rybackich, wyspa Culatra, Portugalia



Pracownicy obszarów drobnego rybołówstwa doświadczają poważniejszych niż przeciętne dolegliwości zdrowotnych z powodu typowych dla branży problemów takich jak warunki pracy (np. mokre i fizycznie wymagające środowiska, a także godziny pracy niekorzystnie wpływające na życie prywatne) oraz okresy bezrobocia. Dolegliwości te często pozostają nieleczone, po części z powodu utrudnionego dostępu do placówek medycznych na peryferyjnych obszarach przybrzeżnych. W celu rozwiązania tego problemu na wyspie Culatra **LGR Sotavento Algarve** doprowadziła do nawiązania współpracy między śródlądową kliniką (International Clinic, Olhão), urzędem miasta Sé and São Pedro oraz stowarzyszeniem mieszkańców wyspy Culatra. Instytucje te wspólnymi siłami opracowały zdalną usługę konsultacji w nagłych przypadkach. Członkowie społeczności potrzebujący porady lekarskiej mogą się udać do kliniki telemedycznej na wyspie Culatra, gdzie przyjmuje pielęgniarka dyplomowana. Na miejscu mają możliwość odbycia wirtualnej wizyty w międzynarodowej klinice Olhão, podczas której lekarz udziela konsultacji telemedycznej za pośrednictwem wideokonferencji.

Integracja poprzez „inteligentne ośrodki” i współpracę

Pomimo utraty usług publicznych oraz recesji w lokalnych sektorach rybołówstwa drobne porty obszarów przybrzeżnych wciąż odgrywają centralną rolę w życiu miejscowych społeczności. Porty te oferują potencjał oraz przestrzeń umożliwiające ich przekształcenie w bardziej zrównoważone, energiczne oraz atrakcyjne centra społeczne z nowym zapleczem na potrzeby różnych rodzajów aktywności. LGR mogą promować renowację i wspólne wykorzystanie obiektów portowych, przekształcając je w „inteligentne ośrodki”, które stymulują współpracę, wzrost oraz innowacje.

Co więcej, LGR mogą wspierać partnerstwa poprzez włączanie aktywności i infrastruktury morskiej do codziennego życia lokalnej społeczności. Doskonałym przykładem takiego działania jest mieszczący się na południu Szwecji **port Hästholmen** wraz z jego lokalną społecznością. Zarządzanie tym portem oraz jego funkcjonowanie odbywa się na zasadzie współpracy między lokalną firmą działającą na rynku nieruchomości, społecznością wsi Hästholmen oraz różnymi innymi stowarzyszeniami i zainteresowanymi stronami. Strony tego „inteligentnego partnerstwa” współpracują ze sobą, pozyskując finansowanie dla projektów z pomocą **LGR Vättern**. Jak dotąd dzięki wsparciu UE udało się wdrożyć następujące projekty:

- Opracowanie planu ponownego zagospodarowania terenu portu.
- Zainstalowanie rampy z urządzeniem podgrzewającym (do przeciwdziałania skutkom przymrozków).
- Wzniesienie budynku do oczyszczania ryb przeznaczonego dla rybaków niekomercyjnych.
- Odnowienie tradycyjnych hangarów na łodzie.
- Organizacja zawodów w przyrządzaniu raków.

Innym przykładem jest **sklep spółdzielczy Courtmacsherry**, który obrazuje, w jaki sposób społeczność może wspólnymi siłami zapewnić bliski dostęp do usług w jednym miejscu. Pomimo bogatej tradycji handlowej regionu ostatni sklep typu convenience w miejscowości Courtmacsherry, która mieści się na południowo-zachodnim wybrzeżu Irlandii, został zamknięty w sierpniu 2015 r. Zamknięcie sklepu spowodowało powstanie dużej luki w życiu społeczności oraz pogorszenie lokalnych usług. Żeby przeciwdziałać temu efektowi oraz szerszym problemom związanym z izolacją obszarów wiejskich, lokalna społeczność otworzyła nowy sklep spółdzielczy.

Start-up był początkowo finansowany ze sprzedaży udziałów społeczności opiekujących na łączną kwotę 34 000 EUR i dodatkowo z dotacji w wysokości 10 000 EUR otrzymanej od **Południowej LGR** (Irlandia). Spółdzielnia, która jest w całości obsadzona przez panel 30 wolontariuszy, prowadzi szereg inicjatyw, w tym sklep typu convenience sprzedający lokalnie wytwarzane rzemieślnicze produkty spożywcze i przedmioty, biuro turystyczne, pomieszczenie wystawowe oraz antykwariat. Sklep spółdzielczy stał się centralnym ośrodkiem życia wsi, zapewniając usługi wymagane do utrzymania i rozwijania rynków turystycznych obszaru (ścieżki spacerowe na wzgórzach wybrzeża, atrakcje dla miłośników fauny i flory morskiej, sporty wodne, wędkarstwo morskie oraz ogólne wycieczki dzienne). Od powstania sklepu lokalne przedsiębiorstwa, takie jak hotele, bary, restauracje i dostawcy atrakcji związanych z morzem, odnotowały zwiększenie obrotów i wzrost.

Motorfabrikken Marstal, Dania

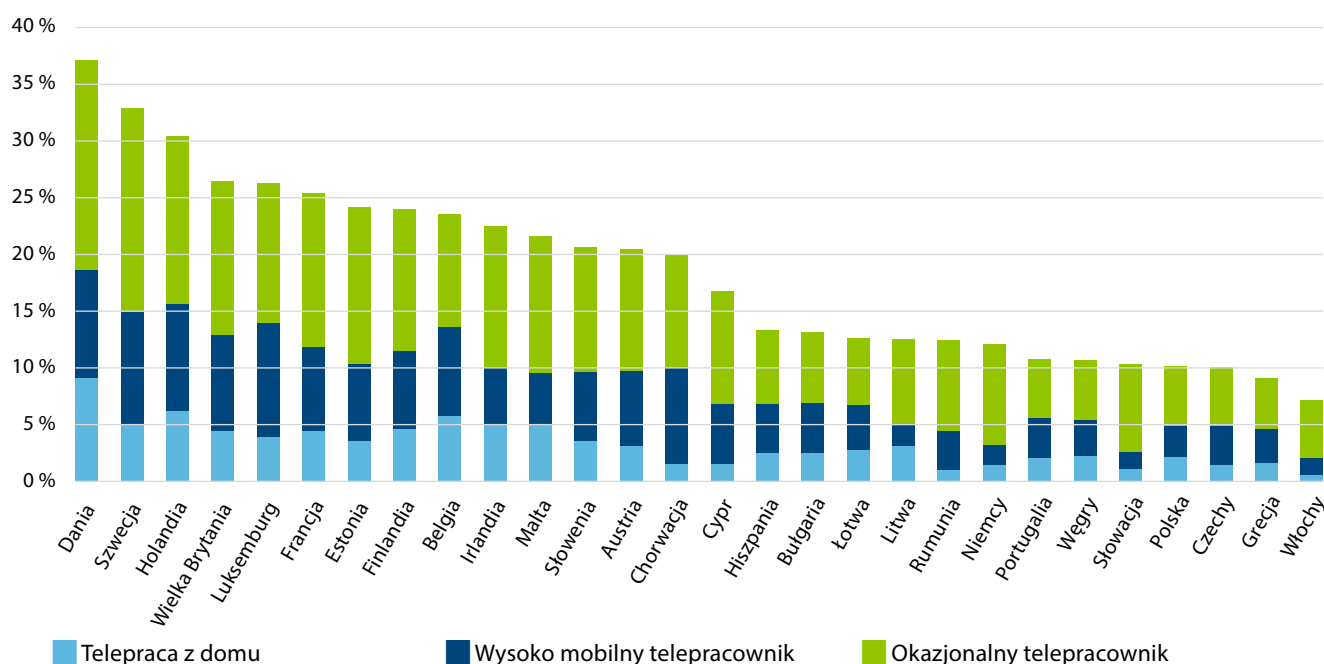
Fabryka silników Marstal (Motorfabrikken Marstal) jest zabytkowym budynkiem w centrum portu Marstal na obszarze **LGR Llsæ**. Ten niegdysiejszy zakład produkujący silniki do zastosowań morskich jest obecnie wielofunkcyjnym obiektem służącym pielęgnowaniu innowacji.

Projekt obejmuje trzy główne elementy. Po pierwsze budynek jest wykorzystywany do wystawiania starych i odnowionych silników, a także do organizacji warsztatów dla młodych wynalazców i inżynierów. Po drugie zakład obecnie służy jako ośrodek dla lokalnych przedsiębiorców i start-upów. W ramach ośrodka funkcjonuje kawiarnia oraz przestrzeń otwarte do wspólnej pracy. I wreszcie główny hangar pełni rolę sali konferencyjnej na potrzeby seminariów i wydarzeń. Razem te trzy obszary zbliżają do siebie członków lokalnej społeczności, oferując usługi i promując integrację oraz współpracę.

Zdalna praca — inteligentna metoda walki z wyludnieniem

Jak pisaliśmy wcześniej, wiele społeczności przybrzeżnych boryka się z problemami związanymi z wyludnieniem. Pomimo że część młodych mieszkańców regionów peryferyjnych chętnie pozostałaby w swoich rodzinnych stronach, perspektywy zatrudnienia często zmuszają ich do wyprowadzania się w poszukiwaniu pracy w większych obszarach miejskich. Niemniej w ciągu ostatniej dekady zdalna praca (zwana również telepracą) — czyli praca zdalna wykonywana przez fachowców z domu lub innej lokalizacji (np. wspólnych przestrzeni), ewentualnie w trasie — stała się bardziej powszechnym zjawiskiem, co może pomóc w rozwiązaniu problemu.

Jak wynika z danych zebranych w 2010 r. przez Europejską Fundację na Rzecz Poprawy Warunków Życia i Pracy (Eurofund, 2017), około 20% pracowników na terenie Europy zadeklarowało wykonywanie pracy głównie w domu, w obiektach klientów, lokalizacjach poza zakładem produkcji lub biurem lub też w trasie. Co ciekawe, rozpowszechnienie pracy zdalnej jest zauważalnie różne w poszczególnych państwach członkowskich UE: model ten cieszy się względnie dużą popularnością w krajach Skandynawii, a mniejszą w Europie Wschodniej, Grecji i Włoszech (Ilustracja 2).



Ilustracja 2: Wskaźnik rozpowszechnienia pracy zdalnej w UE (dane dla 28 krajów UE, według typu, 2015 r.)

Możliwość zdalnego podjęcia pracy jest częściowo ograniczona przez charakter wykonywanych czynności. Taki model zatrudnienia jest dostępny dla osób, które mogą pracować niezależnie i mają dobre umiejętności cyfrowe, przy czym znacznie częściej dotyczy pracowników umysłowych (tzn. pełniących role profesjonalne, kierownicze lub administracyjne). Z kolei w przypadku prac bardziej praktycznych, które są przypisane do konkretnego fizycznego miejsca pracy takiego jak łódź rybacka, zakład przetwórstwa itp., model zdalny jest opcją mniej osiągalną. W związku z tym telepraca jest mniej powszechna w sektorach produkcji i przetwórstwa, natomiast cieszy się popularnością w sektorach finansów oraz usług.¹⁵

Ze względu na zapewnianą elastyczność i niezależność opcje pracy zdalnej tworzą scenariusz korzystny zarówno dla pracodawców, jak i pracowników. Tabela 1 zawiera omówienie zalet i wyzwań pracy zdalnej z perspektywy pracowników oraz pracodawców. Aby praca zdalna przebiegała pomyślnie, należy rozwiązać cztery problemy: (1) znalezienie właściwej równowagi między życiem prywatnym a pracą, (2) przeciwdziałanie izolacji miejsca pracy, (3) kompensacja braku komunikacji personalnej oraz (4) kompensacja braku widoczności. Porady dotyczące technik zarządzania umożliwiającymi rozwiązanie tych problemów zawiera praca autorstwa [Mulki'ego i in. \(2009 r.\)](#).

¹⁵ Eurofound, „Rocznik statystyczny: Mieszkanie i pracowanie w Europie”, 2017 r.

Tabela 1: Zalety i wyzwania pracy zdalnej

	Pracownicy	Pracodawcy
Zalety	<ul style="list-style-type: none"> › Oszczędność czasu i pieniędzy na dojeżdżaniu do pracy. › Większa elastyczność i niezależność. › Możliwość wywiązywania się z zobowiązań rodzinnych. 	<ul style="list-style-type: none"> › Zwiększona produktywność (większa satysfakcja z pracy i rzadsze nieobecności pracowników). › Mniejsze koszty nieruchomości.
Wyzwania	<ul style="list-style-type: none"> › Odizolowane miejsce pracy. › Poczucie większego ograniczenia możliwości rozwoju kariery. 	<ul style="list-style-type: none"> › Utrata synergii z organizacją. › Obawy dotyczące bezpieczeństwa danych. › Utrata kontroli menadżerskiej nad pracownikami zdalnymi.

LGR mogą w niektórych sytuacjach zachęcać do podejmowania pracy zdalnej. Na przykład duńska **LGR Thy-Mors** wsparła założenie **Cowork Klitmøller**, centrum coworkingu w niewielkiej przybrzeżnej miejscowości. Kierownicy projektu definiują swoje cele jako zwiększanie liczby nowych firm i rozwijanie turystyki, osiągnięcie równowagi między pracą a życiem prywatnym dzięki unikalnej lokalizacji w pobliżu morza i natury, rozwijanie bardziej elastycznej i nowoczesnej przestrzeni coworkingu oraz zapewnianie wygodnego zakwaterowania dla turystów. Przykład ten podkreśla fakt, iż z natury obszary przybrzeżne są doskonale przystosowane do goszczenia ośrodków pracy zdalnej, gdyż zapewniają wyższą jakość życia.

„**Grow Remote**” jest dynamicznie rozwijającym się ruchem społecznym, który w ostatnich miesiącach zaczął zdobywać dużą popularność w Irlandii. Inicjatywa ta zachęca mieszkańców obszarów wiejskich (lub przybrzeżnych) do korzystania z okazji zawodowych oferowanych przez zdalny model pracy. Grow Remote — projekt grupy działaczy społecznych z obszarów wiejskich, którzy mają doświadczenie w pracy zdalnej — wspiera tworzenie tzw. „zgromadzeń”, w ramach których mieszkańcy obszarów wiejskich mogą zbierać się lokalnie w celu identyfikowania okazji do zdalnego wykonywania pracy.

Z początkiem 2019 r. Grow Remote miało 43 lokalnie kierowane „zgromadzenia” lub ośrodki w czterech różnych krajach. W przypadku Irlandii inicjatywa ta objęła trzy peryferyjne wyspy (Arranmore, Achill i Valentia). Na wyspie Arranmore, której społeczność liczy 465 osób, wybudowano cyfrowy ośrodek mający na celu stymulowanie zatrudnienia. Ponadto organizowane są sesje, w ramach których grupy sezonowych pracowników zdobywają certyfikaty w dziedzinie pracy zdalnej i zyskują dostęp do licznych ścieżek zawodowych bezpośrednio z cyfrowego ośrodka wyspy.

W ogólnym ujęciu podstawowe działania niezbędne do skutecznego włączenia wszystkich działaczy społeczności wiejskich i przybrzeżnych w rozwijanie ich obszarów obejmują promowanie oraz zapewnianie: (1) możliwości budowania sieci poprzez łączenie społeczności, małych firm oraz lokalnych władz, (2) inicjatyw związanych z rozwijaniem potencjału i szkoleniami w dziedzinie najróżniejszych umiejętności i potrzeb — ten element wiąże się z budowaniem sieci, przy czym oba najlepiej funkcjonują równolegle — (3) wykorzystania zaplecza społecznego oraz (4) narzędzi strategicznego planowania dla wsi i miast.¹⁶

16 S. Kearney, „**Inteligentne usługi**” [Prezentacja podczas seminarium FARNET dotyczącego inteligentnych obszarów przybrzeżnych], Bantry, 2–4 kwietnia, 2019 r.

PODPowiedź



Szukaj sposobów uwzględnienia innych celów rozwoju lokalnego w swojej kampanii crowdfundingu. Przykładem może być zapisywanie na kursy szkoleniowe lub udostępnianie materiałów edukacyjnych w ramach nagród. Firmom, które wesprą projekt, można zaoferować przestrzeń reklamową w publikacji powstającej w ramach projektu, co jest sposobem na promowanie współpracy oraz rozwijanie partnerstw strategicznych.

Wspólnotowa sieć szerokopasmowa

Niezawodny dostęp do technologii (tzn. dobra łączność, zasięg usługi oraz szybkość internetu szerokopasmowego) ma kluczowe znaczenie dla osiągnięcia integracji społecznej poprzez zapewnianie usług cyfrowych i możliwości pracy zdalnej. W porównaniu z miastami na obszarach bardziej peryferyjnych łączność z internetem może stanowić znacznie większe wyzwanie. Obszary słabo zaludnione napotykały przeszkody rynkowe utrudniające dostęp do szerokopasmowego internetu, ponieważ prywatne przedsiębiorstwa nie zawsze są skłonne do inwestowania we włączanie takich obszarów do istniejącej infrastruktury.¹⁷ W związku z tym mieszkańcy oraz władze publiczne muszą współpracować, by poprawiać łączność na obszarach peryferyjnych. W zależności od regionalnych specyfikacji rozważyć można zarówno rozwiązania kablowe, jak i bezprzewodowe.

W Grecji prywatna firma informatyczna oraz Generalny Sekretariat ds. Telekomunikacji i Poczty podjęły współpracę w celu **założenia sieci infrastruktury szerokopasmowej** i zapewnienia dostępu do internetu na słabo skomunikowanych wiejskich obszarach kraju. Finansowanie niezbędne do zrealizowania planu było połączeniem dotacji unijnych¹⁸, funduszy krajowych i regionalnych oraz inwestycji prywatnych. W takich publiczno-prywatnych partnerstwach sektor publiczny zazwyczaj wnosi największą część finansowania projektu, podczas gdy podmioty prywatne odpowiadają za bardziej techniczne aspekty.

Podobny scenariusz miał miejsce w Szwecji, gdzie lokalne stowarzyszenia non-profit, zachęcane i wspierane przez sektor publiczny, wykonały infrastrukturę szerokopasmowego internetu na obszarach wiejskich. Projekt „**Szerokopasmowego internetu światłowodowego**” objął 11 grup wsi na terenie gminy Bräcke, prowadząc do powstania około 300 nowych podłączeń do sieci na terenie tej wiejskiej gminy przy łącznym koszcie około 1 mln EUR (około 50% dofinansowania pochodziło ze źródeł unijnych, krajowych i regionalnych).

Oba te przykłady ilustrują znaczenie budowania inteligentnych — często publiczno-prywatnych — partnerstw w celu osiągnięcia integracji społecznej (patrz **Rozdział czwarty: Współpraca**).

Likwidowanie nierówności w dostępie do usług cyfrowych

Dobre łącza szerokopasmowe oraz dostęp do internetu na obszarach peryferyjnych nie mają znaczenia, jeśli lokalna populacja nie dysponuje umiejętnościami pozwalającymi na korzystanie z tych udogodnień. Kapitał społeczny niezbędny do rewitalizacji obszarów przybrzeżnych może zostać uzyskany poprzez redukcję nierówności w dziedzinie biegłości cyfrowej, umiejętności, kompetencji i powiązanych możliwości ekonomicznych oraz kulturowych. Na przykład likwidowanie nierówności w dostępie do usług cyfrowych na obszarach peryferyjnych jest możliwe poprzez organizowanie elastycznych dni informacyjnych, sesji szkoleniowych oraz warsztatów poświęconych technologiom cyfrowym.

Na obszarach przybrzeżnych takie działania mogą obejmować międzypokoleniowe szkolenia uczniów i rybaków w zakresie umiejętności informatycznych / wiedzy dotyczącej rybołówstwa. Jest to koncepcja autorstwa uczestników seminarium FARNET poświęconego inteligentnym obszarom przybrzeżnym. Jej założeniem jest opracowanie programu umożliwiającego przekazywanie przez młodych ludzi swoich umiejętności i zainteresowań technologicznych lokalnym rybakom, którzy z kolei dzielą się swoją wiedzą na temat lokalnego środowiska oraz miejscowego sektora rybołówstwa. Inicjatywy tego pokroju doprowadziłyby

¹⁷ ENRD, „**Inteligentne i konkurencyjne obszary wiejskie**”, 2016 r.

¹⁸ Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW).

do utworzenia wzajemnie korzystnych wymian dydaktycznych budujących zaufanie i zrozumienie oraz zastępujących klasyczne jednostronne w ramach jednokierunkowego przepływu wiedzy.

Ponadto, jak wyjaśniliśmy w **Rozdziale drugim: Innowacje**, istnieje możliwość opracowania i wykorzystania prostych narzędzi cyfrowych wspierających lokalną gospodarkę społeczną obszarów przybrzeżnych, w tym aplikacji do organizowania pracy (patrz **XESMAR**), cyfrowych dzienników odłowu, narzędzi do identyfikacji produktów rybnych (patrz **T-Fish**), aplikacji do sprzedaży bezpośredniej (patrz **Mobilny sklepik wiejski**), profesjonalnego wykorzystania serwisów społecznościowych, a także bankowości mobilnej, usług pocztowych oraz systemów opieki zdrowotnej. Może to zapewnić zaangażowanie obywateli i zmotywowanie społeczności do udziału w staraniach o rewitalizację obszaru.

4. Współpraca

Jednym z głównych zadań LGR jest tworzenie więzi społeczno-gospodarczych między lokalnymi zainteresowanymi stronami reprezentującymi różne sektory. O ile tworzenie sytuacji korzystnych dla wszystkich stron poprzez zapewnianie bardziej inteligentnych partnerstw, ulepszonych kanałów komunikacji oraz sektorowej integracji bywa trudne, LGR mogą pełnić rolę katalizatorów tego procesu poprzez pielęgnowanie i zwiększanie współpracy. W szczególności LGR mogą wspierać współpracę międzypokoleniową (np. wizyty rybaków w szkołach w celu przybliżania ich profesji oraz branży i w zamian pomoc młodych ludzi w szkoleniach z wykorzystania serwisów społecznościowych). Mogą również promować współpracę między różnymi środowiskami (współpraca naukowców, przedstawicieli branży, lokalnych społeczności oraz miejscowych władz [np. przy zbieraniu wzajemnie korzystnych danych]) lub tworzyć partnerstwa mające potencjał w dziedzinie ulepszania warunków społeczno-gospodarczych na obszarach przybrzeżnych. W tym rozdziale podajemy praktyczne przykłady takich partnerstw, oferując wytyczne oraz narzędzia w dziedzinie osiągnięcia „bardziej inteligentnej” współpracy na obszarach przybrzeżnych.

Solidarna grupa nabywcza (GAS), Włochy

Poprawa włączenia społeczności rybackich do łańcucha dostaw branży jest często silnie uzależniona od lokalnej współpracy. We Włoszech funkcjonują **Solidarne grupy nabywcze** (GAS w języku włoskim), czyli zrzeszenia pojedynczych osób i/lub rodzin współpracujących ze sobą w celu wspierania innych modeli gospodarczych poprzez swoje zakupy. Jest to model, który z jednej strony szanuje środowisko naturalne oraz prawa pracowników oraz gwarantuje płacenie uczciwych cen producentom, a z drugiej promuje rozwijanie lokalnych i społecznych łańcuchów dostaw w gospodarce, w ramach których producenci i konsumenci współpracują ze sobą, by zapewnić ogólny dobrostan społeczeństwa. Przy wsparciu LGR „**Błękitne wybrzeże**” solidarne grupy nabywcze regionu Abruzzo nawiązały współpracę z rybakami, by wprowadzić ryby do swojego portfolio produktów. W celu ocenienia, czy produkt i producent spełniają etyczne kryteria nabywcze grupy, organizowane są spotkania z producentami i wizyty w terenie. „FlaGas” (przedsięwzięcie realizowane wspólnie przez LGR i GAS) promuje bardziej inteligentne partnerstwa, które dążą do podnoszenia bezpieczeństwa dochodów, budowania sieci, korzystnego oddziaływania na środowisko poprzez większą świadomość i odpowiedzialność rybaków w dziedzinie eksploatacji zasobów morskich, a także korzyści kulturowe (np. kursy oczyszczania i filetowania ryb, wymiany nowych i tradycyjnych przepisów, wydarzenia poświęcone ponownemu odkrywaniu tradycyjnych profesji takich jak naprawa sieci).

Inteligentne partnerstwa

Koncepcje zrównoważonego rozwoju, innowacji oraz integracji społecznej omówione w poprzednich trzech rozdziałach są często uzależnione od nowych metod angażowania zainteresowanych stron, narzędzi, finansów oraz instytucji. Kluczowe znaczenie z perspektywy tej zmiany ma współpraca, ale w jaki sposób możemy zagwarantować, że partnerstwa będą „inteligentne” i zapewnią sytuację „korzystną dla wszystkich zaangażowanych stron”? Skąd będziemy wiedzieć, czy nowe partnerstwo przezwycięży wyzwania, których się podjęło? Żeby zbudować inteligentne partnerstwo, należy w pierwszej kolejności odpowiedzieć na następujące pytania:

- > **Co** jest oczekiwane lub wymagane od partnerstwa (np. nowe miejsca pracy, rozwój energii odnawialnej obszaru przybrzeżnego, tworzenie i rozwijanie turystyki)?
- > **Kim** i dlaczego będą zainteresowane strony (np. młodzież lub osoby starsze, sektor rybołówstwa, uniwersytety, organizacje pozarządowe, społeczność naukowa)? By zidentyfikować potencjalnych partnerów oraz określić sposoby komunikowania się z nimi w celu rozwijania owocnej współpracy oraz zrównoważonego partnerstwa, wykorzystać można ćwiczenie z „mapowania zainteresowanych stron”(patrz [Arkusz informacyjny ii: Mapowanie zainteresowanych stron](#)).
- > **Jak** zostaną osiągnięte cele? Jakie działania są niezbędne i kto nimi pokieruje (np. ocena najlepszych praktyk, współpraca, ankiety, dni informacji)?

„Wzajemność” (tworzenie sytuacji korzystnych dla wszystkich stron) oraz „zaufanie” również odgrywają kluczową rolę w rozwijaniu i utrzymywaniu inteligentnych partnerstw. Żeby zapewnić zaufanie, należy zadbać o trzy elementy: (1) dobór inteligentnych partnerów, (2) wdrożenie inteligentnych ram zarządzania oraz (3) przejrzystość. Razem koncepcje te definiują słowo „SMART” (ang. Intelligentne), jak przedstawiono na Ilustracji 3.¹⁹



Ilustracja 3: Budowanie inteligentnych partnerstw

Relacje międzypokoleniowe

Młodzi ludzie muszą mieć świadomość znaczenia sektora rybołówstwa w ich regionach oraz potrzeby ochrony środowiska morskiego. Co więcej, zrozumienie sektora może przyciągnąć do branży młodych pracowników. Również starsze pokolenia skorzystałyby na „świeżym” podejściu do rozwoju sektora. Pod tym względem programy edukacyjne oraz warsztaty mogą ułatwić budowanie relacji, które zapoczątkują międzypokoleniową wymianę wiedzy.



Na niemieckim wybrzeżu Morza Północnego centrum kompetencji w dziedzinie kształcenia regionalnego przy uniwersytecie miasta Vechta, we współpracy z lokalną LGR, opracowało trzy moduły szkoleniowe, które mogą posłużyć szkołom w nauczaniu dzieci w wieku od 10 do 15 lat. Celem projektu jest zapewnienie dzieciom oraz młodzieży regionu dodatkowych informacji na temat lokalnej branży rybołówstwa oraz pobudzenie zainteresowania związanymi z tą branżą zawodami. Proces dydaktyczny odbywa się w różnych miejscach: na łodzi rybackiej w niewielkim porcie, w muzeum rybołówstwa, a także w siedzibie Parku Narodowego Morza Wattowego. Więcej informacji na temat tego projektu można przeczytać [tutaj](#).

19 V. Cummins, „Inteligentne partnerstwa” [Prezentacja podczas seminarium FARNET dotyczącego inteligentnych obszarów przybrzeżnych], Bantry, 2–4 kwietnia, 2019 r.

W Chorwacji [LGR Istarski Svoj](#) wsparła projekt „Morze od młodego wieku”, który promuje spożywanie lokalnych owoców morza poprzez partnerstwa edukacyjne. Celem tego przedsięwzięcia jest zwiększenie konsumpcji świeżych lokalnych owoców morza w placówkach edukacyjnych (np. szkołach) oraz promowanie zdrowszych nawyków żywieniowych od młodszego wieku.

Współpraca interdyscyplinarna

Kolejnym sposobem stymulowania inteligentnego rozwoju są partnerstwa między różnymi rodzajami zainteresowanych stron. Realizowany we Włoszech projekt „[Tarta-Tur](#)”, którego nazwa jest połączeniem włoskiego słowa *tartaruga* oznaczającego żółwia oraz łacińskiego słowa *tursiops* oznaczającego delfina, ma na celu zebranie lokalnych przedstawicieli branży, naukowców oraz innych lokalnych działaczy wokół kwestii ochrony lokalnej fauny morskiej (żółwi i delfinów) poprzez wspólne działania. Projekt obejmuje swoim zasięgiem cztery LGR z trzech regionów Włoch u północnego wybrzeża Adriatyku, a jego celem jest przełamanie tradycyjnego braku zaufania między rybakami i społecznością naukową, by w ten sposób zapewnić korzyści dla środowiska morskiego oraz lokalnych społeczności rybackich.

Ważne: współpracę interdyscyplinarną można również promować poprzez tworzenie „klastrow” sektorowych (patrz [Rozdział drugi: Innowacje](#)) lub „inteligentne ośrodki” (patrz [Rozdział trzeci: Integracja](#)).

Arkusz informacyjny ii:

Mapowanie zainteresowanych stron

Bez udziału zainteresowanych stron nie byłoby żadnych projektów do rozwijania i prowadzenia. Strony zainteresowane są to pojedyncze osoby, zespoły lub organizacje, dla których dany projekt ma określone znaczenie. Pojęcie dotyczy zarówno stron, które wpływają na projekt, jak i tych, które same znajdują się w kręgu oddziaływania projektu.²⁰

Mapowanie stron zainteresowanych (lub „analiza stron zainteresowanych”) jest opartym na współpracy procesem badań i dyskusji, który wykorzystuje różne perspektywy do określenia podstawowej listy zainteresowanych stron projektu.²¹ W zależności od wyników analizy możliwe jest opracowanie planu komunikacji w celu budowania owocnych oraz „inteligentnych” partnerstw, które mają zasadnicze znaczenie dla powodzenia projektu. Analizę można podzielić na trzy podstawowe części:

➤ **Identyfikowanie:** tworzenie listy istotnych grup, organizacji oraz osób.

Zazwyczaj pierwszym krokiem analizy stron zainteresowanych jest sesja burzy mózgów z udziałem kierowników projektów oraz menadżerów. Już na etapie przygotowań oraz wdrożenia projektu umożliwia to określenie i sporządzenie listy wszystkich osób, które mogą wpłynąć na projekt lub znaleźć się w kręgu jego oddziaływania. Na tym etapie możesz myśleć w szerszej perspektywie. Wyłączenie istotnych grup może w przyszłości skutkować oporem będącym rezultatem pominięcia niektórych osób.²²

Jednak uwzględnianie absolutnie wszystkich stron zainteresowanych często bywa niepraktyczne i na pewnym etapie konieczne staje się wyznaczenie granicy w celu pchnięcia naprzód faktycznego procesu zaangażowania oraz konsultacji.²³ Identyfikacja stron zainteresowanych jest procesem wielokrotnym i należy ją powtórzyć podczas wdrażania projektu.

➤ **Analizowanie i mapowanie:** zrozumienie relacji, perspektyw oraz dążeń stron zainteresowanych.

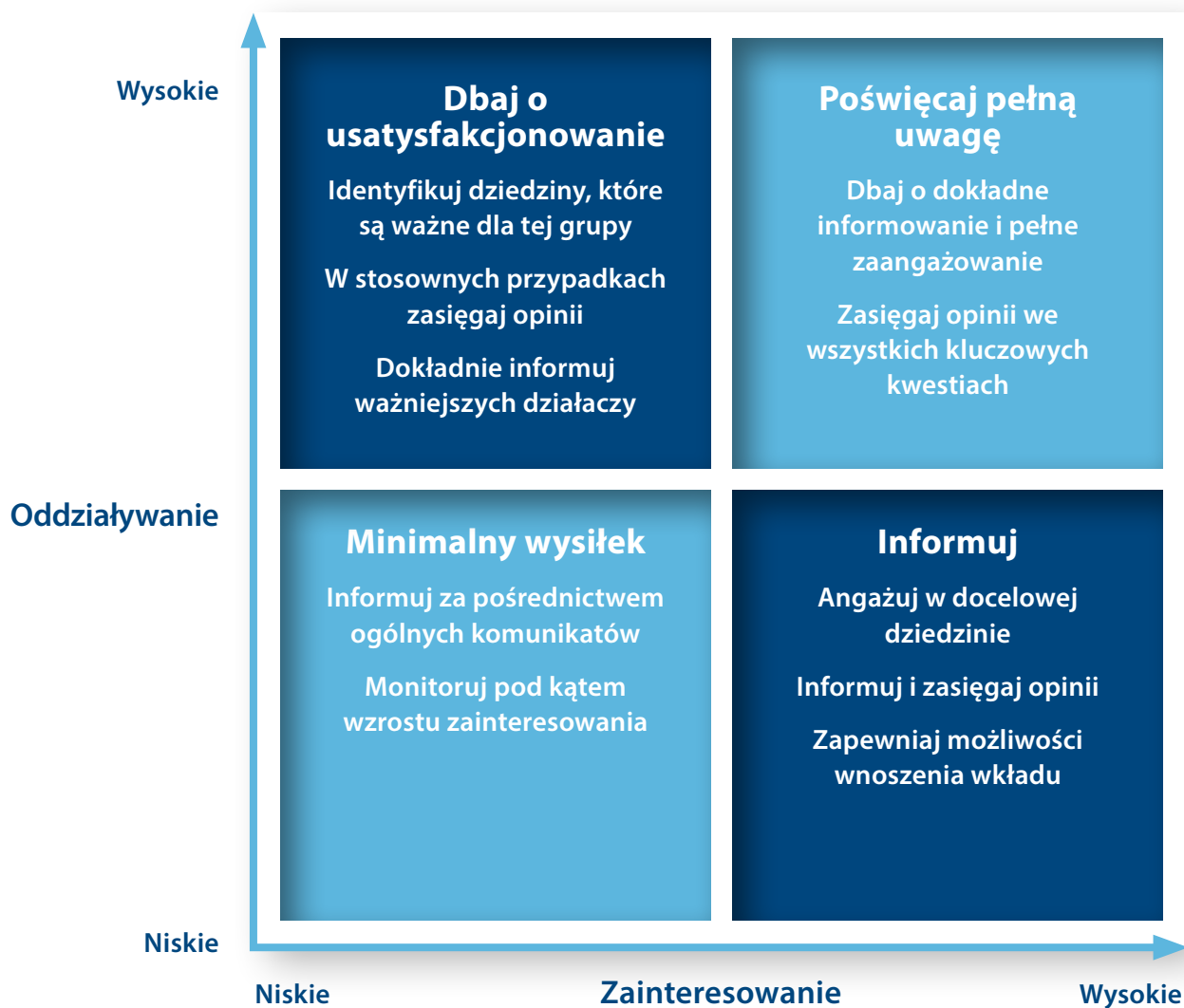
Po zidentyfikowaniu najważniejszej grupy stron zainteresowanych można rozpocząć ich dopasowywanie pod kątem poziomu zainteresowania i oddziaływania. Można tego dokonać przy użyciu prostej siatki zwanej tablicą „zainteresowania i oddziaływania”. W zależności od przypisywanej rangi relacje budowane z poszczególnymi stronami zainteresowanymi oraz strategia komunikacji będą inne (patrz Ilustracja 4).

20 Smartsheet, „Na czym polega analiza oraz mapowanie stron zainteresowanych i jak zapewnić efektywność takich działań?”, 2019 r.

21 BSR, „Mapowanie stron zainteresowanych”, 2011 r.

22 J. Glick, „«Właściwe» podejście do zaangażowania stron zainteresowanych: Omówienie procesów opartych na uczestnictwie oraz ich potencjalnych pułapek”, *Environmental Science and Policy* 3(6), str. 305–310, 2000 r.

23 M. Reed i in., „Kogo uwzględnić i dlaczego. Typologia metod analizowania stron zainteresowanych w kontekście zarządzania zasobami naturalnymi”, *Journal of Environmental Management*, 90(5), str. 1993–1949, 2009 r.



Ilustracja 4: Tablica zainteresowania i oddziaływania

➤ **Zarządzanie stronami zainteresowanymi i opracowywanie planu komunikacji** — interakcje z poszczególnymi kategoriami stron zainteresowanych:

- **Strony o wysokim poziomie oddziaływania i zainteresowania** — są to najistotniejsze strony zainteresowane z perspektywy pomyślnego rozwijania projektu, ponieważ mają one kontrolę nad przebiegiem przedsięwzięcia. W związku z tym olbrzymie znaczenie ma ich dokładne informowanie oraz regularne zasięganie ich opinii, w szczególności na etapie procesu podejmowania decyzji.
- **Strony o wysokim poziomie oddziaływania i niskim poziomie zainteresowania** — są to strony zainteresowane, które nie mają żadnego interesu w Twoim projekcie, ale mogą mieć na niego duży wpływ. W ramach analizy należy zdecydować o stopniu zaangażowania tych stron zainteresowanych poprzez komunikację bezpośrednią.
- **Strony o niskim poziomie oddziaływania i wysokim poziomie zainteresowania** — w wielu przypadkach strony, które znajdują się w bezpośrednim kręgu oddziaływania projektu, wykazują wysokie zainteresowanie wszelkimi zmianami, ale mają ograniczoną kontrolę nad ostatecznym przebiegiem. Ważne jest, by ta grupa była zaangażowana i miała możliwość wnoszenia swojego wkładu w projekt.
- **Strony o niskimi poziomem oddziaływania i zainteresowania** — w przypadku tej grupy rozwiązaniem może być zaangażowanie tylko tych stron, które zyskają na regularnym informowaniu i/lub mogą pozytywnie wpłynąć na projekt. Ze względu na niski poziom oddziaływania i zainteresowania możesz zminimalizować działania skierowane do tej grupy.²⁴

24 K. Muff, The Collaboratory, Austin: Greenleaf Publishing, 2014 r.

Wyniki analizy umożliwią Ci opracowanie efektywnego planu komunikacji. Ilustracja 5 zawiera przykładową tabelę, która może zostać wykorzystana w tym celu. Proces mapowania stron zainteresowanych jest równie ważny, jak rezultaty projektu, zaś jakość tego procesu zależy w dużym stopniu od wiedzy osób biorących w nim udział. Co więcej, prawdopodobieństwo powodzenia projektu wzrasta, gdy na bieżąco przeprowadzana jest efektywna analiza stron zainteresowanych.²⁵

Strona zainteresowana	Poziom zainteresowania/oddziaływania	Kluczowy interes	Poziom komunikacji	Częstotliwość	Dane kontaktowe	Comments

Ilustracja 5: Szablon planu komunikacji ze stronami zainteresowanymi

W przypadku społeczności przybrzeżnych oraz LGR Ilustracja 6 przedstawia często reprezentowane grupy stron zainteresowanych, w tym przedstawicieli branży, instytucji rządowych, środowisk akademickich oraz społeczeństwa obywatelskiego, a także ich możliwe sfery oddziaływania, tzn. tematy projektów, w które chętniej się zaangażują.²⁶



Ilustracja 6: Zarys mapowania stron zainteresowanych dla LGR i społeczności przybrzeżnych

25 Conservation International, „Poradnik mapowania stron zainteresowanych”, 2014.

26 V. Cummins, *Inteligentne partnerstwa* [Prezentacja podczas seminarium FARNET dotyczącego inteligentnych obszarów przybrzeżnych], Bantry, 2–4 kwietnia, 2019 r.

5. Inteligentne finansowanie

Tak jak w przypadku większości regionów wiejskich, również obszary przybrzeżne napotykają podobne problemy dotyczące finansowania. Mniejsi operatorzy ze społeczności przybrzeżnych często nie mają kapitału wymaganego w tradycyjnych modelach finansowania, co utrudnia realizację projektów rozwojowych. Tradycyjne pożyczki i dotacje publiczne wymagają współfinansowania z sektora prywatnego lub zabezpieczenia, co stanowi problem dla mniejszych operatorów. Zazwyczaj prywatnie realizowane projekty w ramach EFMR wymagają początkowego wkładu w wysokości od 20 do 50% całkowitej wnioskowanej dotacji, aby wniosek został rozpatrzony. Co więcej, tak jak większość funduszy publicznych, EFMR często funkcjonuje na zasadzie refundacji, tzn. promotorzy projektu muszą w całości sfinansować projekt, zanim otrzymają zwrot kosztów. Dla mniejszych rybaków oraz operatorów ze społeczności przybrzeżnych zdobycie takich funduszy stanowi duże wyzwanie i często wstrzymuje proces rozwoju lokalnego lub stanowi dla niego barierę. Rozwiązania tych problemów zostały omówione w niniejszym rozdziale, którego treść dotyczy alternatywnych modeli finansowania i zapewnia wytyczne dla LGR umożliwiające wspieranie „bardziej inteligentnych” metod finansowania na obszarach przybrzeżnych poprzez omówione wcześniej cztery motywy: **zrównoważenie**, **innowacje**, **integrację**, oraz **współpracę**. W pierwszej części rozdziału omówiono alternatywne metody zapewniania funduszy, a następnie przedstawiono „połączony” model finansowania rozwoju obszarów przybrzeżnych za pośrednictwem LGR będący bardziej niezawodnym, zrównoważonym i inteligentnym podejściem do kwestii finansowania projektów.

Finansowanie przez usługi, Irlandia

Często rozpatrujemy finansowanie w kategoriach pozyskiwania funduszy na opłacenie produktów oraz usług. A co się stanie, jeśli usługi będą oferowane w sposób bezpośredni? Projekt **Północno-zachodniej LGR** (Irlandia) wykorzystał takie podejście do sfinansowania renowacji historycznego obiektu na wyspie Achill. Budynek, który był niegdyś wykorzystywany przez obszary połowu rekina olbrzymiego Zatoki Keem, został przekształcony w wielofunkcyjny magazyn dla lokalnych rybaków. W celu sfinansowania projektu rybacy zostali poproszeni o dokonanie wkładu finansowego (na materiały) oraz przeznaczenie pięciu godzin pracy fizycznej. Praca w znacznym stopniu zmniejszyła koszty finansowe projektu, umożliwiając zrealizowanie planu renowacji. Dzięki takiej metodzie finansowania oprócz magazynu rybacy z wyspy Achill zyskali także poczucie własności oraz przynależności do wspólnoty, co zwiększyło kapitał społeczny obszaru.

Mikrofinansowanie i unie kredytowe

Mikrofinansowanie jest usługą finansową kierowaną do małych przedsiębiorstw lub pojedynczych osób, które nie mają dostępu do tradycyjnych banków lub innych usług finansowych. Typową formą mikrofinansowania jest zapewnianie niewielkich, bardziej przystępnych pożyczek osobom zmarginalizowanym, aby w ten sposób umożliwić im osiągnięcie samowystarczalności albo rozwinięcie potencjału biznesowego. Ze względu na swoją lokalizację oraz infrastrukturę obszary przybrzeżne mogą zawierać społecznie zmarginalizowane społeczności i jednostki. Rybacy oraz właściciele małych firm na obszarach przybrzeżnych często nie mają dobrej historii kredytowej lub zabezpieczenia niezbędnych do skorzystania z tradycyjnych usług finansowych, co utrudnia rozwijanie i ekspansję działalności gospodarczej. Korzystając z opcji mikrofinansowania, przedsiębiorcy i małe firmy na obszarach przybrzeżnych mogą realizować pomysły, wdrażać innowacje oraz rozwijać swoją istniejącą działalność bez uzależnienia się od tradycyjnych systemów finansowych. W szerszym ujęciu mikrofinansowanie jest metodą promowania rozwoju gospodarczego obszarów przybrzeżnych. Umożliwia społecznościom przybrzeżnym wykorzystywanie okazji, eksploataowanie zasobów oraz, w ostatecznym rozrachunku, zwiększanie zatrudnienia lokalnej populacji.

LGR mogą odegrać ważną rolę w skutecznym wykorzystaniu programów mikrofinansowania na obszarach przybrzeżnych. Na przykład, **LGR wschodniej Sardynii** połączyła siły z prywatną firmą kredytową, by ustanowić **fundusz mikrokredytowy** będący odpowiedzią na potrzeby finansowe oraz inne powiązane wymogi inicjatyw wsparcia lokalnego sektora rybołówstwa. Lokalni rybacy od wielu lat zmagają się ze skutkami trwającego kryzysu finansowego. Ponieważ regionalny system bankowy składa się z zaledwie kilku operatorów, a warunki przyznawania pożyczek są bardzo rygorystyczne, wnioski kredytowe rybaków, którzy nie mogą zapewnić wymaganego zabezpieczenia, są często odrzucane. Poprzez wspomniany program LGR składa kilkanaście wniosków mikrokredytowych rocznie, wspierając start-upy, małe przedsiębiorstwa oraz projekty spółdzielni, które bez tej pomocy nie miałyby możliwości zaistnienia.

LGR, które chcą wdrażać bardziej inteligentne opcje finansowania na swoich obszarach, mogą również skorzystać z opcji mikrofinansowania takich jak unie kredytowe, albo nawiązać współpracę z tradycyjnymi bankami lub beneficjentami. Na przykład w Hiszpanii **LGR Vigo – A Guarda** współpracuje z bankiem narodowym, zapewniając promotorom projektów finanse oraz lepsze warunki spłaty. O ile współpraca z tradycyjnym systemem bankowym nie stanowi modelu mikrofinansowania w sensie ścisłym, to takie rozwiązanie może być dla LGR realną opcją szybszego finansowania na obszarach przybrzeżnych. Podobne rozwiązanie funkcjonuje w Polsce, gdzie **Mieleńska LGR** równocześnie współpracuje z lokalnym bankiem oraz miejscową administracją, by upraszczać i wspierać wnioski kredytowe umożliwiające młodym rybakom zakładanie własnych firm w regionie. Dzięki takiej współpracy lokalne władze redukują obciążenie administracyjne związane z zakładaniem firm, a lokalne banki rozluźniają swoje surowe warunki zatwierdzania wniosków kredytowych dla projektów wspieranych przez LGR.

PODPowiedź



Podczas szukania partnerów finansowych ważne jest, aby skupić się na takich pośrednikach, którzy będą akceptowali minimalne zabezpieczenie stron trzecich i którzy dysponują niezbędnymi środkami finansowymi. Takimi podmiotami zazwyczaj są organy publiczne lub instytucje, których misją jest wspieranie małych przedsiębiorstw.

LGR Kornwalii i wysp Scilly opracowała **program unii kredytowej** mający na celu wspieranie osób, które bez wstępnego kapitału nie mogą otrzymać dofinansowania na projekt. Unia kredytowa zapewnia beneficjentom projektów LGR dostęp do pożyczek pomostowych, umożliwiających rozpoczęcie projektu przed wypłaceniem środków z funduszu EFMR. Wiele drobnych firm rybackich i wiejskich nie dysponuje kapitałem niezbędnym do opłacania projektów z bieżących dochodów, dopóki nie otrzymają dofinansowania, co może potrwać nawet 12 miesięcy. Uniemożliwia to realizację wielu projektów i może wykluczyć szereg mniejszych przedsiębiorstw.

Podejścia do crowdfundingu

Tradycyjne metody finansowania nie zawsze są odpowiednie. Jak już wspomnieliśmy, warunki tradycyjnych systemów finansowania mogą być zbyt surowe dla drobnych operatorów. Przeszkodą może być również czas — w niektórych przypadkach fundusze są potrzebne wcześniej, niż przewidują ramy czasowe typowych systemów rozpatrywania wniosków o dofinansowanie. Odpowiedzią na te problemy może być crowdfunding. W ostatnich latach system ten stał się popularną metodą finansowania projektów wykorzystywaną zazwyczaj przez start-upy oraz małe i średnie przedsiębiorstwa (SME) jako alternatywa dla tradycyjnych kredytów. W 2015 r. Komisja Europejska zidentyfikowała 510 platform crowdfundingu, które zebrały środki na finansowanie kapitałem w łącznej kwocie przekraczającej 2 mld EUR.²⁷ Choć istnieje szereg metod klasyfikowania crowdfundingu, w kręgach biznesowych i naukowych przeważa następująca definicja:

„ Crowdfunding (finansowanie społecznościowe) jest otwartym wezwaniem — zwykle za pośrednictwem internetu — do przekazania zasobów finansowych jako darowizny lub w zamian za określoną nagrodę i/lub prawo głosu, które ma na celu wspieranie inicjatyw związanych z konkretnymi celami ”²⁸

Alternatywne metody finansowania takie jak crowdfunding mogą zaoferować więcej niż tylko wkład pieniężny. Na przykład, jeśli w ramach projektu uruchamiana jest nowa usługa, wówczas crowdfunding w platformach takich jak Kickstarter²⁹ zapewnia dodatkową korzyść w postaci generowania przedsprzedaży oraz promocji. Na etapie rozwijania projektu crowdfunding może pełnić rolę ważnego narzędzia badań rynkowych, ponieważ odpowiada na pytanie: czy rynek docelowy lub grupa zainteresowana cenią projekt? Oprócz względnie szybkiego dostępu do finansów crowdfunding oferuje unikalny i wczesny wgląd w potencjalny sukces projektu, jeszcze zanim wykorzystane zostaną cenne zasoby. W związku z tym LGR mogą zachęcać promotorów projektów do korzystania z crowdfundingu jako sposobu na wczesne pozyskanie inwestycji, a także jako metody wstępnych badań rynkowych — kluczowego elementu procesu badań i rozwoju (patrz [Arkusze informacyjne iii: Przygotowywanie udanej kampanii crowdfundingu](#)).

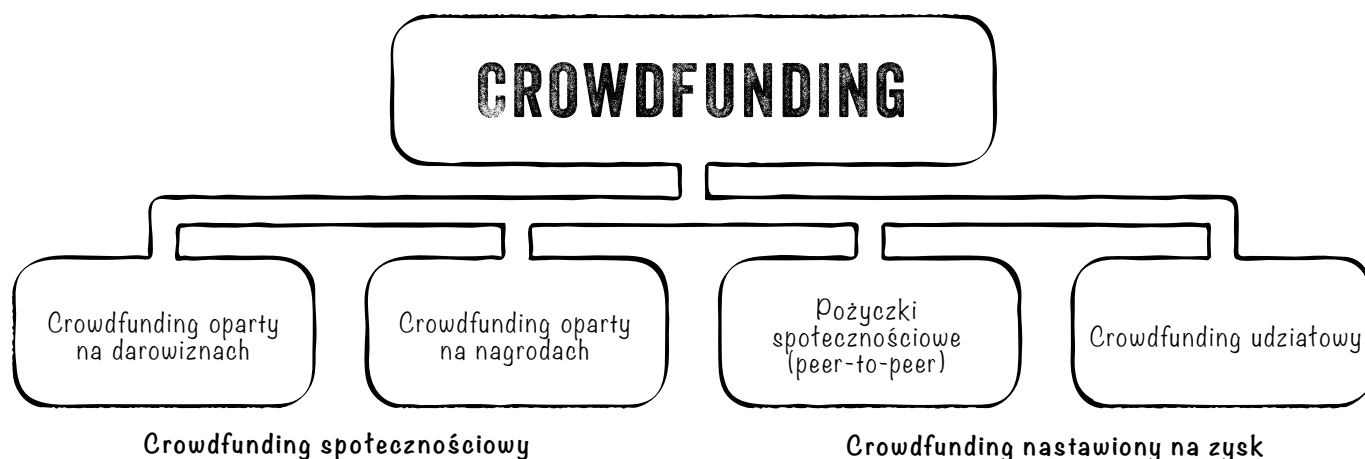
Crowdfunding można zasadniczo podzielić na dwie kategorie: crowdfunding społecznościowy, który funkcjonuje przede wszystkim na zasadzie darowizny i przewiduje nagrody niepieniężne, oraz crowdfunding nastawiony na zysk, który jest sposobem na wczesne pozyskanie inwestycji metodą pożyczek społecznościowych (peer-to-peer) lub wczesnej sprzedaży udziałów (patrz Ilustracja 7).³⁰ W najprostszym ujęciu crowdfunding społecznościowy opiera się na *darowiznach*, a crowdfunding nastawiony na zysk wiąże się z *pożyczaniem*.

27 Komisja Europejska, „Crowdfunding: Mapowanie rynków UE i analiza wydarzeń”, 2015 r.

28 T. Lambert i in., „Crowdfunding: Przemawianie do właściwej społeczności”, *Journal of Business Venturing*, 29(5), str. 585–609, 2011 r.

29 [Kickstarter](#) jest największą na świecie platformą finansowania kreatywnych projektów.

30 E. Kirby i S. Worner, „Crowdfunding: Nowa i dynamicznie rozwijająca się branża”, *IOSCO: Dokument roboczy służb 3*, 2014 r.



Ilustracja 7: Planowanie potencjalnych opcji crowdfundingu³¹

Crowdfunding społecznościowy

Crowdfunding nie ogranicza się tylko do przedsięwzięć biznesowych i może posłużyć do finansowania inicjatyw społecznych. Na przykład w regionie **LGR Kornwalii i wysp Scilly** udana kampania crowdfundingu umożliwiła sfinansowanie publicznego dostępu do ratujących życie nabrzeżnych defibrylatorów. Projekt został sfinansowany przez społeczność przybrzeżną w drodze darowizn, które są często nazywane formą „crowdfundingu społecznościowego”. Co więcej, w ramach projektu przewidziano nagrody dla osób, które wesprą kampanię pieniędzmi. Członkowie lokalnej społeczności, którzy przekazali określoną kwotę pieniędzy, zostali zapisani na szkolenie z użycia nabrzeżnych defibrylatorów, co podniosło rangę i wartość społeczną projektu.

Crowdfunding społecznościowy zazwyczaj opiera się na systemie nagród, w ramach którego wniesienie wkładu pieniężnego wiąże się z otrzymaniem konkretnej korzyści. Może nią być przedsprzedaż finansowanego produktu lub usługi albo dowolna inna nagroda. Obietnica otrzymania nagrody zachęca fundatorów do wsparcia kampanii, zaś nagrody są często podzielone na poziomy rosnące pod względem wartości i rzadkości.

Stöd.me: lokalna platforma crowdfundingu, Szwecja

Stöd.me jest nową platformą crowdfundingu opracowaną na obszarze **LGR Bohuskust**, której przeznaczeniem jest wspieranie inteligentnego finansowania lokalnych projektów. Projekt ten jest przykładem crowdfundingu społecznościowego: wykorzystuje on platformę komunikacji online, by zachęcać lokalną sieć do wspierania miejscowych organizacji pozarządowych, inicjatyw, przedsiębiorców, wynalazców i twórców w realizowaniu projektów, które spełniają szereg lokalnych wymogów w dziedzinie rozwijania „funkcjonalnego regionu cyfrowego”. [Strona internetowa Stöd.me](#).

Crowdfunding nastawiony na zysk

Druga podstawowa forma crowdfundingu oferuje fundatorom zwrot finansowy z inwestycji. Podobnie jak tradycyjne pożyczki bankowe, taka forma crowdfundingu umożliwia pokrycie wstępnych kosztów przedsiębiorstwa lub projektu poprzez wczesną sprzedaż akcji start-upu. Dodatkową korzyścią jest natomiast fakt, że finansowanie pochodzi od wielu różnych inwestorów wnoszących niewielkie kwoty za pośrednictwem platformy online w taki sam sposób, jak w przypadku crowdfundingu społecznościowego. Jest to szczególnie korzystne w przypadku rybaków oraz społeczności przybrzeżnych, dla których brak dobrej historii kredytowej często stanowi barierę w uzyskaniu tradycyjnych pożyczek.

31 Na podstawie E. Borello i in., „Luka funduszowa oraz rola crowdfundingu nastawionego na zysk: Przykłady z europejskich platform”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), str. 1–20, 2015 r.

Crowdfunding typu peer-to-peer (rówieśniczy) jest sposobem na pozyskanie funduszy od rówieśników, dla których projekt ma podobne znaczenie — stwarza to dobre dopasowanie pomiędzy pożyczającym i pożyczkodawcą. Dodatkowo w projekt może inwestować wielu rówieśników, a ryzyko jest minimalne ze względu na niewielkie kwoty indywidualnych datków. Z uwagi na znaczenie projektu dla inwestującej społeczności stopa oprocentowania w przypadku metody peer-to-peer jest zazwyczaj niska i bardziej korzystna w porównaniu z podobnymi pożyczkami oferowanymi przez tradycyjne banki.

Crowdfunding udziałowy (equity crowdfunding) przypomina model peer-to-peer, z tą różnicą, że zamiast zwrotu z inwestycji oferowane są udziały w proponowanym projekcie. Model ten jest znacznie bardziej powszechny w przypadku projektów obejmujących nowy start-up.

W obiektywie: Fishtek, Wielka Brytania

Pionier w dziedzinie ochrony środowiska, firma Fishtek, wykorzystuje crowdfunding udziałowy do pozyskiwania kapitału na rozwijanie serii ekonomicznych i łatwych w użyciu nadajników bateryjnych, które wysyłają sygnały ostrzegawcze do delfinów, wielorybów i morświnów w obrębie portu. System chroni faunę morską, jednocześnie zmniejszając o nawet 95% uszkodzenia żyłek oraz łodzi.

Firma Fishtek skorzystała z pomocy specjalisty w dziedzinie etycznej bankowości, przedsiębiorstwa Triodos³², by zebrać 1,2 mln EUR poprzez sprzedaż 15% udziałów w firmie. W celu sprzedaży udziałów firma wykorzystwała kampanię crowdfundingu, w ramach której oferowała wyjątkową możliwość zainwestowania w nową i ekscytującą firmę opracowującą technologie dla rybołówstwa, a jednocześnie wsparcia działań rozwiązujących poważne problemy ekologiczne.

Rozwijanie zrównoważonego „połączonego” modelu finansowania za pośrednictwem LGR

Rozwiązaniem kwestii finansowania na małą skalę ze szczególnym uwzględnieniem etycznego, odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju rynków lokalnych oraz turystyki na obszarach LGR może być innowacyjne połączenie inwestycji, crowdfundingu i finansowania opartego na pożyczkach. Obecne modele tradycyjnego finansowania, które opierają się na wsparciu publicznym albo prywatnym stają się coraz mniej odpowiednie pod względem zrównoważenia i elastyczności (OECD, 2018 r.).³³ Połączone modele finansowe, które uwzględniają więcej niż jedno źródło finansowania, mogą zapewnić szybszy wzrost gospodarczy, jednocześnie dopasowując do siebie zainteresowane strony — w szczególności na obszarach wiejskich — w bardziej zrównoważony sposób poprzez wspólny interes, cele oraz trwałe relacje.³⁴

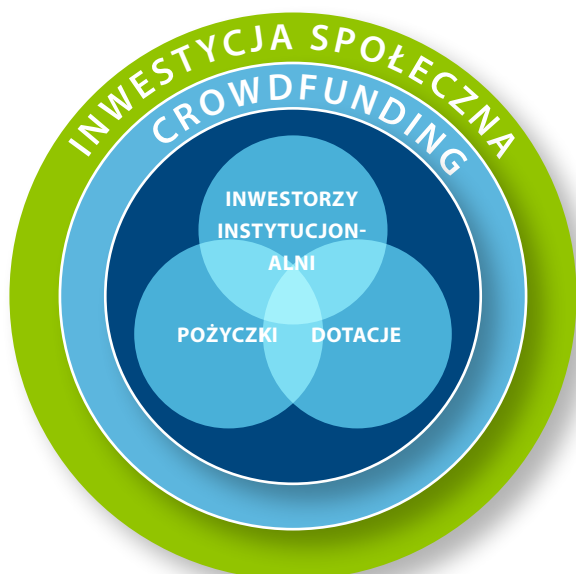
Ilustracja 8 przedstawia zalety świadczące o opłacalności połączonych modeli finansowania.³⁵ W takim modelu inwestycja społeczna powinna pełnić rolę „płaszczka” dla bardziej tradycyjnych i powszechnych praktyk finansowych. Ów płaszcz z inwestycji społecznej powinien stanowić fundament do „rozbudowy” innych możliwości finansowania oraz umożliwiać pozyskiwanie funduszy od spółdzielni, przedsiębiorstw społecznych, organizacji pozarządowych oraz unii kredytowych. Innymi słowy inwestycje te odgrywają rolę pomocniczą w ogólnym finansowaniu projektu, zwiększając i optymalizując możliwości finansowania. Wspomniany płaszcz finansowy może następnie zostać wsparty kampanią crowdfundingu, zanim rozpocznie się pozyskiwanie tradycyjnych form finansowania takich jak pożyczki bankowe, inwestycje instytucjonalne oraz dotacje z funduszy krajowych i unijnych.

32 Firma **Triodos** jest etycznym bankiem wspierającym postępowe przedsiębiorstwa w wykorzystaniu środków pieniężnych do wywierania pozytywnego wpływu na środowisko naturalne, społeczeństwa oraz kulturę.

33 OECD, „Zasady połączonego finansowania: Odblokowywanie komercyjnych źródeł finansowania na potrzeby zrównoważonego rozwoju”, 2018 r.

34 J. Pereira, „Finansowanie połączone: definicja, sposób działania i wykorzystanie” 2017 r.

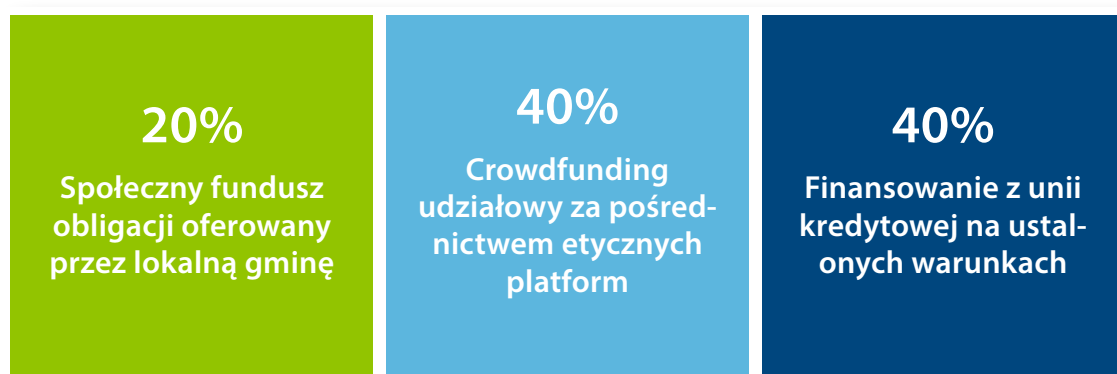
35 T. O'Rourke, „Inteligentne finanse” [Prezentacja podczas seminarium FARNET dotyczącego inteligentnych obszarów przybrzeżnych], Bantry, 2–4 kwietnia, 2019 r.



Ilustracja 8: „Połączony” model finansowania rozwoju społeczności przybrzeżnej za pośrednictwem LGR

Wykorzystanie połączanego modelu finansowania zapewnia korzyści takie jak mniejsze wydatki na obsługę prawną, księgową oraz administracyjną dzięki infrastrukturze i pomocy oferowanej przez zaangażowane instytucje i platformy finansowania. Co więcej, takie narzędzie inwestycyjne jest atrakcyjne dla instytucji finansowych i zewnętrznych inwestorów ze względu na dzielone ryzyko: podmioty inwestują w ugruntowaną grupę instytucji oferujących odmienne korzyści zamiast w niezależny, nowo powstały start-up.

Ilustracja 9 jest graficznym przedstawieniem sposobu pozyskania takiego płaszcza finansowego jako przygotowania i fundamentu dla nawiązania kontaktu z inwestorami instytucjonalnymi, wzięcia pożyczki lub złożenia oficjalnego wniosku o przyznanie dotacji. Jedną z opcji dostępnych dla LGR jest wsparcie potencjalnych projektów we wdrażaniu płaszcza finansowego, zanim takie projekty zostaną wybrane. **LGR Szkocji północno-wschodniej** wykorzystuje to podejście za pośrednictwem programu współfinansowania w platformie **Crowdfunder**.



Ilustracja 9: Przykładowe etapy społecznego „płaszcza” finansowego

PODPOWIEDŹ



Lokalne systemy finansowania społecznościowego wymagają:

- > Lokalnej kultury samodzielności i samowystarczalności
- > Energicznych i bardzo zmotywowanych lokalnych działaczy
- > Odpowiedniej lokalnej infrastruktury współpracy
- > Łagodnej kontroli regulacyjnej na etapie wstępnym

Crowdfunding współfinansowania LGR, Wielka Brytania

LGR Szkocji **północno-wschodniej** zachęca do finansowania projektów z wykorzystaniem podejścia „połączonego”. LGR oferuje współfinansowanie w wysokości do 50% celu projektu w platformie Crowdfunder³⁶. Ten **innowacyjny program** zachęca promotorów projektów do korzystania z opcji crowdfundingu przed złożeniem wniosku o dofinansowanie z funduszu EFMR. Firmy, osoby prywatne oraz organizacje mogą składać wnioski o dodatkowe finanse za pośrednictwem platformy Crowdfunder, o ile ich projekt osiągnął 25% celu finansowego. Program pozwala LGR na potwierdzenie wartości projektu, jednocześnie zwiększając możliwości finansowania projektu oraz jego atrakcyjność dla zewnętrznych inwestorów (patrz **Arkusze informacyjne iii: Arkusze informacyjne: Przygotowywanie udanej kampanii crowdfundingu**).

Podejście połączone może również zostać wykorzystane do dopasowania różnych źródeł finansowania z różnymi etapami projektu. Najlepszym rozwiązaniem na etapach przygotowawczych projektu, które wymagają ograniczonych finansów, ale nie oferują żadnego bezpośredniego zwrotu z inwestycji, są programy dofinansowania w ramach crowdfundingu społecznościowego. Z kolei późniejsze etapy wymagają większych inwestycji, które można pozyskać bardziej tradycyjnymi metodami pożyczek lub sprzedaży udziałów.

³⁶ Crowdfunder jest brytyjską platformą crowdfundingu.

Arkusz informacyjny iii:

Przygotowywanie udanej kampanii crowdfundingu

LGR mogą odegrać ważną rolę w umożliwieniu i ukierunkowaniu wykorzystania alternatywnych metod finansowania, np. crowdfundingu na obszarach przybrzeżnych. Arkusz informacyjny zarysowuje kluczowe kroki przygotowywania udanych kampanii crowdfundingu, które mogą posłużyć LGR do wspomagania lokalnych start-upów i wspierania projektów w osiągnięciu pełnego potencjału finansowego.

Kluczowe kroki 1. Jasno zdefiniuj swój projekt i opisz go

Kampanie crowdfundingu można podzielić na trzy główne etapy (Ilustracja 10). Pierwszym i najważniejszym etapem pomyślnego crowdfundingu projektu jest przygotowanie w fazie wstępnej kampanii. Przeciętnie dwie na trzy kampanie crowdfundingu kończą się porażką. O ile powody mogą być różne, typowymi przyczynami niepowodzenia są: brak popularności i wypromowania na wczesnym etapie, niedostateczny lub nieatrakcyjny program nagród oraz, co najważniejsze, brak przekonującego opisu. Spójne opisanie projektu może nie tylko zaciekawić, ale też przyciągnąć fundatorów.

PODPOWIEDŹ



Szukaj sposobów uwzględnienia innych celów rozwoju lokalnego w swojej kampanii crowdfundingu. Przykładem może być zapisywanie na kursy szkoleniowe lub udostępnianie materiałów edukacyjnych w ramach nagród. Firmom, które wesprą projekt, można zaoferować przestrzeń reklamową w publikacji powstającej w ramach projektu, co jest sposobem na promowanie współpracy oraz rozwijanie partnerstw strategicznych.



Ilustracja 10: Etapy kampanii crowdfundingu³⁷

37 Na podstawie: Interreg, „ABC crowdfundingu”, 2019 r

Kluczowe kroki 2. Wybierz platformę

Po jasnym zdefiniowaniu projektu należy wybrać właściwą platformę, w której przeprowadzona zostanie kampania. Dostępne są setki platform crowdfundingu, z których każda pełni nieco inną funkcję i rolę. Niektóre platformy funkcjonują na zasadzie „wszystko albo nic”, tzn. projekty są finansowane wyłącznie w przypadku osiągnięcia określonego wcześniej pułapu finansowego. Takie podejście zostało wprowadzone przez amerykańską platformę Kickstarter. Jeśli projekt nie osiągnie docelowego poziomu finansowania, środki są zwracane fundatorom.

Niektóre platformy umożliwiają zachowanie zebranych środków nawet w przypadku nieosiągnięcia określonego wcześniej pułapu. O ile większość platform crowdfundingu ma charakter międzynarodowy, Ilustracja 11 przedstawia listę krajowych platform, które mogą być warte rozważenia. Wybór platformy najlepiej dopasowanej do projektu jest ważny i powinien opierać się na aktualnym etapie start-upu lub projektu (Ilustracja 12).

Państwo członkowskie	Platforma
Dania	Boomerang
Finlandia	Invesdor
Francja	Ulule KissKissBankBank
Niemcy	Companisto
Włochy	Derev
Hiszpania	Goteo
Szwecja	FundedByMe
Wielka Brytania	Crowdfunder Crowdcube Funding Circle
Międzynarodowe	Kickstarter Indiegogo

Ilustracja 11: Platformy crowdfundingu wg państw członkowskich

Etap start-upu	Przed założeniem start-upu		Etap start-upu		Wzrost
Wymagane zasoby	Problem / dopasowanie rozwiązania	Zatwierdzenie produkcji	Testowanie rynku	Penetracja rynkowa	Ekspansja rynkowa
Optymalny rodzaj	Darowizna		Pożyczka		Udziały
Najlepsze praktyki	<ul style="list-style-type: none"> Wybierz platformę działającą w modelu „wszystko albo nic” Dbaj o przejrzystość i odpowiedzialność Publikuj informację dla wspierających 		<ul style="list-style-type: none"> Oferuj nagrody o wymiernej wartości Opisz kwalifikacje swojego zespołu. Dlaczego warto Cię poprzeć? Regularnie informuj darczyńców 		<ul style="list-style-type: none"> Przyciągaj renomowanych wczesnych inwestorów Rozwijaj rynek: przyciągaj odbiorców, którzy utożsamiają się z projektem Przedstawiaj/ wykorzystaj źródła zewnętrzne na poparcie swoich argumentów

Ilustracja 12: Kryteria wyboru metod crowdfundingu dla start-upów

Kluczowe kroki 3. Zbuduj społeczność zwolenników

Komunikacja ma kluczowe znaczenie. Możesz mieć do zaoferowania najlepszy produkt w historii albo najbardziej innowacyjny pomysł od wynalezienia koła, jednak jeśli nikt się o nim nie dowie, równie dobrze mógłby nie istnieć. Zbudowanie społeczności zwolenników przed rozpoczęciem kampanii jest ważne z dwóch głównych powodów. Po pierwsze społeczność zbudowana przed premierą będzie Twoją początkową grupą odbiorców informacji. To z nią nawiążesz pierwsze interakcje i od niej otrzymasz pierwsze opinie, na których oprzesz cały dialog. W erze serwisów społecznościowych dobre treści oraz interakcje z rynkiem docelowym mają kluczowe znaczenie dla powodzenia każdej kampanii marketingowej.

Po drugie zbudowana społeczność (odbiorcy, rynek) będzie stanowić Twoich pierwszych wczesnych fundatorów. Jak wynika z danych zebranych przez Kickstarter, ³⁸ 80% kampanii crowdfundingu, które osiągnęły 20% docelowego pułapu finansowego, zostaje całkowicie sfinansowanych. W związku z tym bardzo ważne jest możliwie najszybsze osiągnięcie 20% docelowego poziomu finansowania. Według danych sięgających 2009 roku wczesne spopularyzowanie projektu ma kluczowe znaczenie dla jego powodzenia. Społeczność wczesnych zwolenników może zapewnić takie wczesne wsparcie i przybliżyć Twój projekt do krytycznego punktu 20% docelowego pułapu finansowania.

Kluczowe kroki 4. Promote your campaign

Po zebraniu społeczności zwolenników przychodzi czas na promowanie kampanii. Na tych krytycznych etapach kampanii ważne jest efektywne prowadzenie komunikacji i promowanie kampanii, tak aby dotrzeć do możliwie największego grona potencjalnych fundatorów. W dziedzinie narzędzi komunikacji warto jest rozważyć:

Reklamę — reklama cyfrowa, niegdyś uznawana za kosztowny kanał komunikacji, jest obecnie bardziej przystępnym rozwiązaniem w sytuacji ograniczonych finansów. Rozważ umieszczenie małych grafik i infografik w serwisach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram oraz Twitter. Reklama ukierunkowana umożliwi Ci sprawniejsze dotarcie do grupy docelowej.

Sprzedaż osobista — nie ma bardziej skutecznej metody niż osobiste promowanie swojego projektu. Zidentyfikuj kluczowe miejsca i osoby, następnie nawiąż kontakt — sprzedaż osobista rozpoczęła się już na etapie rozwijania społeczności w kroku 3.

Tworzenie wizerunku publicznego i wydarzenia — kreowanie pozytywnej reputacji i wizerunku publicznego dla start-upu lub projektu ma decydujące znaczenie. Traktuj ten etap jako pozytywną stronę opisywania swojego projektu. Dlaczego podejmujesz się tego projektu? Jaki problem rozwiązuje ten projekt? Jeśli potrafisz w pozytywnym świetle odpowiedzieć na te dwa pytania, wówczas inni przejmą Twoje nastawienie, co zaowocuje dobrym wizerunkiem publicznym. Odpowiedni wizerunek publiczny może zapewnić bezpłatną lub „wypracowaną” promocję w prasie. Regularnie publikuj informacje prasowe w lokalnych mediach lub rozprawdzaj je wśród społeczności, które mogą być zainteresowane Twoim projektem — zasięg takich działań może być olbrzymi. Inną świetną metodą zdobywania rozgłosu są wydarzenia. Zaprezentuj swój projekt podczas lokalnych festiwali i targów lub przygotuj swoje własne wydarzenie. Marketingowcy mawiają: „reklama jest tym, za co płacisz. Rozgłos jest tym, o co się modlisz”.

Marketing bezpośredni — często w formie połączenia reklamy i sprzedaży osobistej. Marketing bezpośredni obejmuje aktywne i bezpośrednie komunikowanie się z grupą docelową, np. za pośrednictwem wiadomości e-mail, platform handlu



38 Kickstarter, „Dane statystyczne”, 2019 r.

elektronicznego lub sprzedaży telefonicznej, i jest przeciwieństwem wykorzystania pośredników takich jak sklepy lub firmy zewnętrzne. W ujęciu ogólnym jest to reklama, która wymaga aktywnego osobistego zaangażowania.

Promocje handlowe — zaoferuj szereg unikalnych i ograniczonych promocji na poszczególnych etapach kampanii crowdfundingu, żeby przyciągnąć wczesnych zwolenników. Pamiętaj, że wszelkie promocje handlowe powinny utrzymywać się na stałym poziomie, w przeciwnym razie ryzykujesz zaniżaniem wartości swojej oferty poprzez oferowanie drastycznych zniżek. Jeśli Twój projekt nie opiera się na produktach, pamiętaj, by nie oferować zbyt dużej wartości w zamian za wsparcie lub wpłacenie datku na rzecz projektu. Dobrą strategią jest wykorzystanie ograniczonej dostępności wstępnej oferty kampanii crowdfundingu. Może to być na przykład zniżka cenowa lub limitowana nagroda dla pierwszych 100 osób, które wesprą projekt.³⁹

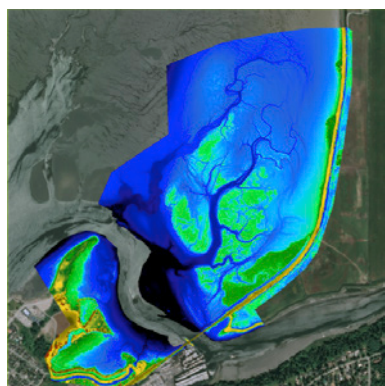
PODPowiedź



Przygotowanie materiału filmowego jest jednym z najciekawszych sposobów opisanie projektu. Treści filmowe są uniwersalne i mogą zostać wykorzystane we wszystkich kanałach komunikacji. Wbrew powszechnemu przekonaniu nie potrzebujesz najnowocześniejszego sprzętu, by nagrać dobry film promocyjny — wystarczy smartfon i bezpłatna aplikacja. Pamiętaj, żeby skupić się na:

1. Opisanie projektu!
2. Ustaleniu spójnego tonu przekazu i zadbanie o to, by był ciekawy.
3. Ograniczeniu się do 30 sekund, jeśli jest to możliwe.
4. Wykorzystaniu infografik do poparcia kluczowych informacji.

In Focus – Smart Shores, Canada



Projekt *Smart Shores* z powodzeniem wykorzystał platformę Kickstarter do sfinansowania rozwoju nowej technologii pomiaru zanieczyszczenia obszarów przybrzeżnych z wykorzystaniem bioczuJNIKÓW i dronów. Kampania miała na celu ponowne otwarcie regionalnych obszarów zbioru skorupiaków, które były zamknięte od lat 70. z powodu zanieczyszczenia wód.

W rozdziale piątym tego poradnika ukazaliśmy znaczenie alternatywnych metod finansowania w kontekście generowania oraz przyspieszania procesów pozyskiwania funduszy. Przykładem takich działań jest projekt *Smart Shores*. W pierwszej kolejności wykorzystano kampanię crowdfundingu do zadecydowania, czy projekt powinien otrzymać federalną dotację na potrzeby badań. Następnie, dzięki rozgłosowi zdobytemu za sprawą kampanii, kwota dotacji wzrosła poczwórn timer przez wkład publiczny. [Materiał filmowy z projektu.](#)

Kluczowe kroki 5. Realizuj projekt i informuj społeczność

Na tym etapie kampania osiągnęła już swój cel finansowy. Pamiętaj jednak, by nie poprzestawać na tym wstępnym sukcesie! Podtrzymuj dialog ze społecznością, informuj ją o najnowszych wydarzeniach i, co najważniejsze, realizuj swój projekt. Niezależnie od rodzaju zastosowanego crowdfundingu regularnie kontaktuj się z fundatorami, by przekazywać informacje o postępie. Większość platform crowdfundingu oferuje w tym zakresie wewnętrzne narzędzia ułatwiające zamieszczanie filmów i zdjęć dokumentujących przebieg projektu. Jeśli opracowujesz produkt, informuj fundatorów o nowych procesach rozwijania oraz spodziewanych terminach realizacji. Ludzie często wspierają kampanie crowdfundingu nie tylko w celu inwestowania w innowacje oferowane przez nowy produkt, ale również w celu uczestniczenia w całym projekcie.

39 P. Kotler i G. Armstrong, *Zasady marketingu*, 2017 r. Hoboken: Pearson.