

Asumpt społeczny WS7

PARTNERSTWO-PUBLICZNO-PRYWATNO-SPOŁECZNE

PROJEKT: stworzenie modelowego miejsca pro-społecznego o charakterze, kulturotwórczym w oparciu o ekonomię społeczną w kamienicy 7 i 7a we Wrocławiu na Wyspie Słodowej.

DZIAŁANIA: integracja, ekonomia społeczna, franczyza społeczna.

KIERUNKI DZIAŁANIA:

- Inwestycja w kulturę
- Integracja społeczna działalność na rynku pracy
- Dostarczanie usług publicznych
- Usługi o charakterze wzajemnym
- Usługi na otwartym rynku
- Dostarczanie dóbr publicznych i rozwój wspólnot lokalnych
- Działalność handlowa i produkcyjna

PROJEKT: zagospodarowanie i zainstalowanie w kamienicy 7 i 7a we Wrocławiu na Wyspie Słodowej funkcji komercyjnych wspierających i finansujących w oparciu o ekonomię społeczną funkcje kulturowe i społeczne.

CEL PROJEKTU : celem projektu jest ożywienie gospodarcze i społeczne, a także zwiększenie potencjału turystycznego, kulturalnego oraz podniesienie wartości historycznej obszaru Starego Miasta, w tym nadanie kamienicy nr 7 i 7a nowych funkcji społeczno-gospodarczych, oraz tworzenie dogodnych warunków dla rozwoju działalności edukacyjnej, kulturalnej i gospodarczej.

REALIZACJA PROJEKTU: do realizacji całości projektu, kontynuacji oraz rozwoju po okresie inwestycyjnym prowadzonym obecnie przez gminę Wrocław proponuje się partnerstwo publiczno-prywatne, do dalszego rozwoju zadań inwestycyjnych i zarządzających w celu zagwarantowania stabilności projektu powołano podmiot o ugruntowanej formie organizacyjno-prawno-gospodarczej pod nazwą

„ JAP GROUP SP. Z O.O.- NON – PROFIT”

Podmiot będzie prowadzić działalność w pełnym zakresie w obiekcie i na zewnątrz, konsolidować kapitał ludzki, organizować środki, poszukiwać partnerów do działań i w nich uczestniczyć.

WKŁAD KAPITAŁOWY DO REALIZACJI PROJEKTU:

Gwarantowana suma początkowa – 3 000 000 zł na przystosowanie i wyposażenie wewnątrz potrzebne do uruchomienia działalności komercyjnej gwarantującej środki na realizację projektu .

Wszelkie dodatkowe i alternatywne formy finansowania powodują przyspieszenie i rozwój realizacji projektu.

FORMY POZYSKIWANIA ŚRODKÓW I REKRUTACJI KAPITAŁU LUDZKIEGO DO ROZWOJU PROJEKTU

- kontakt bezpośredni z osobami, instytucjami, organizacjami o zbliżonym profilu działań i celów
- rekrutacja spontaniczna w trakcie działań na Wyspie Słodowej
- propagowanie projektu poprzez stronę internetową i media społecznościowe
- propagowanie projektu poprzez własne tytuły prasowe
- propagowanie projektu poprzez własne produkty konsumpcyjne, gadżety reklamowe, wyroby rzemieślnicze wykonane w ramach projektu
- propagowanie projektu poprzez zewnętrzne punkty informacyjno – usługowe własnego projektu „Trycikle”
- organizacja koncertów, imprez i eventów na wyspie, wyspach okolicznych i poza
- rozwój franczyzy społecznej
- działalność ekonomii społecznej
- reklama w dostępnych środkach prasowych i mediach
- inne

OPIS OGÓLNY

Wyspa Słodowa jest wysepką położoną na Odrze w centrum miasta, w sąsiedztwie Wyspy Młyńskiej i Wyspy Bielarskiej. Wyspa nosiła niegdyś nazwę Wyspy Bielarskiej przedniej (Vorderbleiche). Nazwa pochodziła od cechu bielarzy płótna, którzy pracowali w tej okolicy. Wyspa była własnością zakonu św. Klary od Średniowiecza, kiedy jeszcze znajdowała się poza granicami murów miejskich. W XVIII wieku rozbudowano fortyfikacje na prawym brzegu Odry. W roku ok. 1807-10 fortyfikacje rozebrano, wyspa zaś stała się własnością miasta. Wybudowano żelazne mosty pomiędzy wyspami i rozpoczęto zabudowę mieszkalną wyspy. Fragment Wyspy Słodowej pozostawał niezabudowany do końca lat 30. Zbudowano na nim m.in. Sportowo-rekreacyjne schroniska dla młodzieży. W I połowie XX wieku zbudowany w oparciu o wyspę trasę łączącą oba brzegi Odry. W czasie oblężenia Wrocławia pod koniec II wojny światowej większa część budynków na wyspie została zniszczona, ocalały nieliczne budowle. Do końca XX wieku wyspą nikt się nie interesował, aż do czasu gdy została ona uporządkowana i wyznaczono na niej nadodrzańskie trasy spacerowe. Dziś wyspa pełni głównie funkcje obiektu kumulującego liczne wydarzenia kulturalne, oraz jest ważnym dla Wrocławia elementem turystycznej atrakcji miasta.

CHARAKTER MIEJSCA:

Wyspa znajduje się w obrębie wrocławskiego Starego Miasta w prostej linii 630m od rynku, jest częścią Śródmiejskiego Węzła Wodnego Wrocławia. Malownicze miejsce ukryte w zieleni, otoczone wodą.

ANALIZA MIEJSCA POD WZGLĘDEM KRAJOBRAZOWYM:

Otoczona przez wody Odry wyspa połączona z innymi wyspami mostem i kładkami, panoramiczny widok na brzeg Odry, wolna przestrzeń i zieleń, to czynniki, które zadecydowały o niezwyklej popularności tego miejsca na szlaku pieszo - rowerowym Wrocławian. Bliskość uniwersytetu, budynków historycznych i wysublimowanej architektury stanowi o wartości wyspy i otoczenia.

ANALIZA MIEJSCA POD WZGLĘDEM TURYSTYCZNYM:

Wyspa jest bezpośrednim sąsiadem jednej z najpiękniejszych części Wrocławia Ostrowa Tumskiego. Lokalizacja wyspy umożliwia podziwianie gmachu Uniwersytetu Wrocławskiego, rozległych panoram nabrzeży, bujnej zieleni oraz życia wodnego Wrocławia. W pobliżu wyspy znajdują się liczne hotele i hostele (Hotel Park, Radisson, SAS, Hotel Tumski i inne). Na sąsiedniej wyspie można też dostać się jedną z miejskich ulic albo kładką dla pieszych. Na wyspie wybudowano szereg przyjaznych szlaków spacerowych oraz zadbano o zieleni.

Przez organizację różnego rodzaju imprez kulturalnych, aktywizację budynku i sukcesywne podnoszenie standardu i atrakcyjności wyspy chcemy zwiększyć popularność Wyspy Słodowej umocnić jej pozycję jako atrakcji turystycznej i kulturowej miasta nie tylko dla młodych mieszkańców dla których jest obecnie ulubionym miejscem spędzania wolnego czasu, grupy tłumnie uczestniczące w eventach i koncertach organizowanych na wyspie.

Nasze działania są ukierunkowane na rozszerzenie oferty wyspy dla szerszej rzeszy użytkowników, aby każdy kto odwiedza nasze miasto w celach turystycznych usłyszał i odwiedził Wyspę Słodową. Aby mógł tam trafić łatwo, nawet bez znajomości topografii.

KONCEPCJA ZAGOSPODAROWANIA KAMIENICY : WS 7 i 7A

1.Parter-kamienica strefa wejściowa : część reprezentacyjna, przestrzeń wystawiennicza, info-punkt

Wraz z sklepem pamiątki/suweniry sprzedaż i prezentacja wyrobów pod własną marką, księgarnia, antykwariat, galeria-wystawa sprzedaż komisowa, cafeteria z czytelnia w sali konsumpcyjnej, całość stanowią usługi cenotwórcze handlowo-gastronomiczne, itp.

2.Oficyna-parter: bar multitab, gastronomia obsługująca patio na zewnątrz, tanki wyszynkowe browaru

3.Oficyna-1p: część restauracyjno konsumpcyjna, warzelnia dwu naczyniowa browaru, piwiarnia

4.Oficyna-2p:instalacja browaru sala konsumpcyjna

5. Oficyna taras: sezonowa kawiarnia w stylowym klimacie

6.Kamienica 1p: sala konsumpcyjna, przestrzeń wystawiennicza wraz z czytelnia powiązana z parterem, zastosowanie ogólne

7.Kamienica 2p : open space, biuro obsługi e-commerce, własnej platformy crowdfunding-owej, agencja - wydawniczo reklamowa - obsługa własnych tytułów prasowych i serwisowych, zarejestrowanych na podstawie prawo prasowe, obsługa projektów franczyzy społecznej, obsługa własnych projektów społecznie użytecznych.

8.Kamienica 3p: open space, fit active-TRX, stretching, joga, animacje ruchowe, itp:

9.Kamienica 4p: Fab Lab, open space realizacja pasji lekkich

10.Kamienica 5p: Fab Lab, sala wielofunkcyjna, edukacja, warsztaty , animacja twórcza

11. Kamienica 6p: open space, radio WS7

Uwaga : niezbędne jest pomieszczenie warsztatowe dobrze wyposażone celem bieżącej konserwacji obiektu i bytów zainstalowanych w kamienicy i oficynie. W koncepcji zawarta jest własna działalność handlowo reklamowa oparta na konstrukcjach rowerowych typu { trycykl}

Organizacja podmiotu event, działającego na zewnątrz podczas imprez i wydarzeń poza wyspą jako wizytówka promująca miejsce i akcje społeczne.

Podwórko ogródek: wskazane jest umieścić na stałe wzorce dawnych gier ruchowo-zręcznościowych, które zniknęły z naszych podwórek: itp

Źródła finansowania

- 1. Kapitał własny**
- 2. Własna działalność gospodarcza**
- 3. Emisja akcji**
- 4. Fundusze venture capital**
- 5. Kredyt bankowy**
- 6. Poręcznie majątkowe lub kredytowe**
- 7. Leasing**
- 8. Emisja obligacji krótko i długo terminowych**
- 9. Fundusze pomocnicze**
- 10. Kredyty kupieckie**
- 11. Pożyczki sektora poza bankowego**
- 12. Zbiórki publiczne**
- 13. Loterie on-line i stacjonarne**
- 14. Emisje walorów wartościowych medale, monety srebrne i ,złote - sprzedaż poprzez aukcje tak zwane „serie limitowane”**
- 15. Środki unijne z RPO WD 2014-2020**
- 16. Alternatywne formy finansowania inwestycji obligacje przychodowe**
- 17. Crowdfunding własna platforma „prowizja”**

RODZAJE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

- 1. Produkcja**
- 2. Handel**
- 3. Usługi**
- 4. Działania innowacyjne**
- 5. Franczyza**

DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA

1. Agencja koncertowa WS7
2. Wydawnictwo
3. Produkcja i sprzedaż piwa pod własną marką z browaru stacjonarnego oraz kontraktowego
4. Działalność gastronomiczna, wystawiennicza, handlowa, koncertowa, akcyjna,, turystyczno-rozrywkowa, giełdowa (np. Giełda staroci)
5. Działalność drobnej wytwórczości, rękodzielnicza pod własną marką
6. Lokowanie produktów kontraktowych pod marką „fundator”
7. Organizacja gier loterii, zdrapek, konkursów, loterii promocyjnych, gry liczbowe programy lojalnościowe
8. Tworzenie Programów partnerskich, lojalnościowych promujących lokalne usługi i twórczość
9. Emisja monet i medali okolicznościowych, wytwarzanie biżuterii.

DZIAŁALNOŚĆ DODATKOWA: wytwarzanie różnych dóbr w tym kultury pod własną marką wykreowanych w drodze konkursów.

DZIAŁALNOŚĆ KULTUROTWÓRCZA- ALTERNATYWNA

1. Alternatywne pracownie artystyczne (stałe i mobilne)
2. Afiliacje projektów własnych i partnerów
3. Sale prób „ fit active” nowe trendy
4. Projekty niszowe
5. Otwarte przestrzenie realizacji pomysłów
6. Warsztaty artystyczne [wydzielone powierzchnie pasji lekkich]
7. Warsztaty ekologiczne
8. Imprezy promocyjne
9. Inkubatory artystyczne i animacyjne
10. Strefa zajęć manualnych {rękodzielnia wydzielone powierzchnie pasji ciężkich}

TWORZENIE MARKI : „WS7”

Stosowanie marketingu miejsca jako narzędzia w procesie rozwoju , w tym budowania atrakcyjnego wizerunku oraz silnej marki miejsca – „Wyspa Słodowa” poprzez integrację marketingową w obszarach kultury, turystyki, przedsiębiorczości, sportu, rekreacji oraz nauki. Kreowanie marki miejsca i projektu WS7 poprzez ciągłe jego ulepszanie i rozwijanie, a więc stwarzając coraz lepsze warunki dla uczestników projektu, czyli mieszkańców Wrocławia i turystów. Cel zostanie osiągnięty w wyniku inwestowania w infrastrukturę i okolicę, w warunki dla prowadzenia usług, kreowania produktów turystycznych i rekreacyjnych oraz komunikacji działań na zewnątrz. Spowoduje to zbudowanie silnej marki, która będzie wypadkową małych i prężnych inicjatyw. Duże imprezy, budujące markę miejsca będą tylko wypadkową ich jakości i ilości. Budowanie marki miejsca musi rozpocząć się wewnątrz Wyspy Słodowej i nie da się jej zbudować bez wsparcia i zaangażowania bezpośrednich uczestników projektu. Nie bez znaczenia jest także kompleksowe kreowanie marki w Internecie poprzez wykorzystanie siły społeczności i niestandardowych rozwiązań oraz skutecznej strategii, kreatywnej komunikacji i dedykowanych aplikacji. Pozytywny wynik tych działań wpłynie pozytywnie nie tylko na wizerunek miejsca,

ale także na wizerunek całego miasta jako atrakcji turystycznej i miasta przyjaznego mieszkańcom. Efektem finalnym jest pożądany, zespolony wizerunek miejsca, budowany poprzez uświadomienie kreowaną tożsamość marki miejsca, jej atrakcji, produktów, infrastruktury czy działań społecznych.

TWORZENIE MARKI KONTRAKTOWEJ „FUNDATOR”

Celem kreowania marki „fundator” jako produktu z browaru edukacyjnego jest utożsamianie się klientów z nazwą i znakiem firmowym rozpoznawanym wzrokowo, uwzględniając atrybuty i właściwości przedmiotu jako pozytywne cechy. Wszystkie działania będą dążyć do tego, by marka „fundator” była nie tylko rozpoznawalna, lecz także ogólnie uznana przez pozytywne skojarzenia, zdobywając zaufanie i lojalność klientów. Marka, jej nazwa i logo będzie własnością chronioną prawnie. Strategia kreowania produktu zakłada przedstawienie „fundatora” jako piwa z małego browaru edukacyjnego i wykreowanie marki do poziomu grupy liderów wśród piw regionalnych, a także atrakcyjny dobór szaty graficznej, opakowania i komunikacji marketingowej. Wykreowanie marki spowoduje wzrost sprzedaży, ustabilizuje popyt w perspektywie długoterminowej oraz ułatwi obecność w pożądanych kanałach dystrybucji. Spójna, konsekwentna i podporządkowana jednej myśli przewodniej kampania reklamowa umocni pozycje produktu na rynku.

Browarnawyspie.pl

Browarnawyspie.com.pl

Pokazowy, edukacyjny

BROWAR EDUKACYJNY

To unikatowe przedsięwzięcie na skalę krajową. Browar we współpracy z uniwersytetem przyrodniczym we Wrocławiu i polskim stowarzyszeniem piwowarów domowych oraz Politechniką Łódzką poza warzeniem piwa będzie realizował:

- szereg zadań mających na celu rozpowszechnianie wiedzy oraz kultury piwnej i piwowarskiej.
- współpracę międzynarodową z najbardziej szanowanymi piwowarskimi ośrodkami edukacyjnymi w Europie (Monachium, Berlin, Praga, Wiedeń) zapewni możliwie najwyższy poziom szkolenia.

Działania browaru skupią się przede wszystkim na organizacji szkoleń i kursów umożliwiających nabycie wiedzy w zakresie:

- znajomości stylów piwnych,
- sztuki degustacji i oceny sensorycznej piwa,
- sztuki warzenia piwa i ogólnej technologii piwowarskiej,
- historii piwowarstwa na Dolnym Śląsku,
- odtwarzania historycznych stylów piwnych.

Planowana jest organizacja cyklicznych spotkań z przedstawicielami środowiska piwowarskiego z całej polski. Działalność browaru będzie promowała turystyczne walory Wrocławia związane z historią i współczesnością lokalnego browarnictwa. Miejsce realizacja tego projektu, czyli Wyspa Słodowa, jak sama nazwa wskazuje, jest historycznie związana z piwowarstwem, a projekt ten będzie kontynuacją browarniczego dziedzictwa Wrocławia.

Proponuje się nazwę: „BROWAR NA WYSPIE”. Ze względu na usytuowanie będzie to najbardziej atrakcyjny pod każdym względem browar w Polsce.

Parametry browaru to: warzelnia dwu naczyniowa, dwanaście tanków fermentacyjnych, cztery tanki wyszynkowe w tradycyjnej technologii zbudowany przez inwestora spółkę non-profit.

BROWAR KONTRAKTOWY

Browar kontraktowy to inicjatywa umożliwiająca wyprodukowanie i wprowadzenie na rynek piwa marki „fundator” jeszcze przed powstaniem browaru stacjonarnego. Wykorzystanie takiego rozwiązania pozwoli promować markę fundator na szeroką skalę we Wrocławiu. Piwa warzone pod tą marką będą warzone według zwycięskich receptur piwowarów domowych biorących udział w specjalnie zorganizowanych konkursach w całej Polsce i po za granicami. Warzone będą w stylach piwnych, które mają poszerzać wiedzę konsumentów na temat różnorodności smaków i aromatów, jakie może zaoferować piwo niszowe, uwarzone w tradycyjny i naturalny sposób. Warzenie piwa odbywać się będzie w browarze zewnętrznym pod nadzorem Polskiego Stowarzyszenia Piwowarów Domowych, co zapewni możliwie najwyższą, jakość.

GASTRONOMIA

W związku z różnorodnością gości odwiedzających Wyspę Słodową (mieszkańcy Wrocławia, turyści, osoby indywidualne i zorganizowane grupy) istnieje konieczność różnorodnej organizacji gastronomii. Wynika to z konieczności obsługi gastronomicznej grup zorganizowanych jak i osób indywidualnych. Przewiduje się zakłady typu żywieniowego (restauracja, bar restauracyjny, bar przekąskowy) jak i zakłady typu uzupełniającego (kawiarnia, herbaciarnia, winiarnia, piwiarnia, bar kawowy). Zakres tych usług obejmować będzie usługi podstawowe (usługi żywieniowe polegające na przygotowaniu potraw i napojów i dostarczeniu ich konsumentom wyłącznie w zakładzie, posiadających sale konsumpcyjne, zaplecze produkcyjne i obsługę kelnerską), usługi kulturalno-rozrywkowe (obsługa połączona z działalnością rozrywkową lub publicystyczną – kabarety, spotkania literackie itp.) oraz usługi uzupełniające związane z czynnościami wykonywanymi przez zakład gastronomiczny w celu pośredniego lub bezpośredniego obsłużenia konsumentów na zewnątrz zakładu szczegółowy zakres rodzajów punktów gastronomicznych wybrany zostanie przez inwestora i określony w projekcie technicznym.

PUNKT INFORMACJI TURYSTYCZNEJ pod domenami:

- WS7.pl
- WS7.com.pl

Zadania centrum informacji turystycznej to obsługiwanie turystów krajowych i zagranicznych, kreowanie pozytywnego wizerunku Wrocławia w oczach turystów, poradnictwo dla turystów indywidualnych i organizatorów wypoczynku, udzielanie informacji o atrakcjach turystycznych Wrocławia, gromadzenie i udzielanie informacji dotyczących: bazy noclegowej, bazy gastronomicznej, imprez kulturalnych, turystycznych i sportowych we Wrocławiu, komunikacji miejskiej, wydawanie i kolportaż własnych materiałów promocyjnych i informacyjnych, organizowanie cyklicznych spotkań o tematyce turystycznej, aktualizowanie bazy turystycznej i gastronomicznej oraz udostępnianie informacji o najciekawszych miejscach, atrakcjach przyrodniczych, kulturowych, szlakach turystycznych (pieszych, rowerowych, kajakowych)

i zabytkach. Do zadań punktu należałoby także pośrednictwo (w zakwaterowaniu gości, wynajmu samochodów itp.). Punkt informacji turystycznej będzie swoją działalność kierował do turystów, mieszkańców Wrocławia i regionu, animatorów i promotorów turystyki, twórców produktów turystycznych i produktów regionalnych, podmiotów zarządzających atrakcjami turystycznymi, hotelarzy i restauratorów, pilotów wycieczek i przewodników turystycznych, a także mediów. Punkt informacji turystycznej prowadzi będzie ścisłą współpracę z jednostkami zajmującymi się propagowaniem kultury, z przedstawicielami branży turystycznej (właściciele pensjonatów, zajazdów, kwater prywatnych, pokojów gościnnych, restauracji, barów, przewoźnicy lokalni itp.), z wytwórcami produktów lokalnych, artystami i rzeźbiarzami, z mediami (portale turystyczne, portale o charakterze regionalnym, prasa, radio, telewizja itp.), z innymi punktami we Wrocławiu (m.in. W celu wymiany materiałów informacyjno – promocyjnych), z organizacjami należącymi do krajowego systemu informacji turystycznej.

SKLEP Z PAMIĄTKAMI

Sklep z pamiątkami w kamienicy WS7 na Wyspie Słodowej będzie nie tylko zwykłym sklepem, ale pełnić będzie także funkcje ułatwiająca poznanie Wrocławia i okolic. Oprócz pamiątek typu: kartki pocztowe, gadżety, upominki na każdą okazję, szklane i ceramiczne wyroby produkowane ręcznie, oryginalna biżuteria z naturalnych surowców, birofila, a także innych produktów, każdy będzie mógł tu liczyć na bogatą ofertę turystyczną. Pobyt w sklepie stanie się także lekcją historii i kultury. Oferta punktu obejmie także organizację konferencji, spotkań, wyjazdów turystycznych i rekreacyjnych dla firm i grup

OTWARTA GALERIA SZTUKI

Fasada północna i fasada południowa przeznaczona będzie na otwartą galerię sztuki. Jej nazwa wyłoniona będzie w wyniku konkursu. Galeria będzie niezależną instytucją kultury prezentującą i promującą artystów, działających w obszarze różnych gatunków sztuki współczesnej (malarstwo, rzeźba, instalacja, video, performance). Galeria będzie realizować również projekty w przestrzeni publicznej oraz przedsięwzięcia kulturalno – społeczne. Jednym z istotnych aspektów działalności galerii będzie prezentacja i promocja artystów nieprofesjonalnych. Oprócz wystaw będzie organizować spotkania literackie, wykłady i warsztaty. Będzie to miejsce odkrywania sztuki i przeżywania z nią przygody. Będzie też obserwatorem przemian zachodzących na polu sztuki oraz aktywnym i otwartym na nowe zjawiska uczestnikiem procesów artystycznych i społecznych.

DUŻA SCENA

Usytuowanie na „stronie zachodniej” konstrukcji sceny w wersji mobilnej umożliwiającej organizację dużych koncertów o charakterze zarówno komercyjnym jak i otwartej sceny muzycznej.

MAŁA SCENA

Usytuowanie małej sceny zwrócona do wewnątrz i na zewnątrz o możliwości organizacji imprez kameralnych, biesiad oraz innych wydarzeń artystycznych o mniejszym zasięgu.

STRAGAN „tricycle” „ WS7 m20”.

Proponujemy uruchomienie kilku straganów rowerowych typu „tricycle” oferujących pamiątki, kolportaż prasy oraz reklamę wizerunku zewnętrznego i usług wytworzonych wokół projektu WS7. Pełnić one będą również rolę nośnika reklamowego.

EVENT MOBILE

Proponujemy wykonanie konstrukcji na bazie samochodu warszawy m20 w stylu „truck” do prezentacji wyrobów oraz wszelkich imprez i festiwali na terenie Wrocławia i całej Polski z mobilną modelem browaru z warzelnią 50 l do celów edukacyjno – pokazowych podczas premier naszych stylów piwnych marki „fundator” w całej Polsce i nie tylko również dzięki własnej stronie internetowej z domenami:

- wyspastodowa.pl
- wyspastodowa.com.pl
- ws7.pl
- ws7.com.pl

Internet ma znaczący wpływ w działaniach na rzecz promocji projektu jako medium bardzo efektywnie. Rola strony internetowej z domenami WS7 to: rola informacyjna o produktach lub usługach (także w serwisach społecznościowych), rola biznesowa, rola edukacyjna. Prowadzenie marketingu dopasowanego przekazem do odbiorcy. Prowadzenie komunikacji z innymi firmami. Zwiększona możliwość uzyskiwania informacji niezbędnych do podejmowania decyzji marketingowych. Prowadzenie promocji poprzez banery reklamowe, strony www, mailing poprzez pocztę elektroniczną, a także poprzez gry, loterie internetowe, konkursy. Wykorzystanie sprzedaży (e-commerce) jako kanału dystrybucji produktów.

ZATRUDNIENIE

Przewiduje się zatrudnienie w początkowej fazie realizacji projektu w ilości 30 osób, zatrudnionych w ścisłej współpracy z jednostkami NGO, spółdzielniami socjalnymi . Ruchami oddolnymi oraz Powiatowym Urzędem Pracy.

ECO

Nasadzenie zieleni w donicach własnego projektu w kamienicy i na zewnątrz .W budynku , oficynie pod balkonami umieszczenie siedlisk języków w ramach RPO WD działania 4.4 o ochronie i udostępnianiu zasobów naturalnych.

REALIZACJA PROJEKTU WS7

1. Do celu zrealizowania projektu proponuję przyjąć następujące rozwiązania inwestująca Spółka non-profit operator/najemca , wejdzie w rolę inwestora zastępczego na pełnych prawach po uzyskaniu pozwolenia na budowę {umowa wstępna} Takie rozwiązanie umożliwi równoległe zaprojektowanie, wykonanie i wyposażenie poszczególnych wnętrz i bytów. Jest to konieczne rozwiązanie, pozwoli zaoszczędzić czas i środki, oraz bardzo szybkie uruchomienie projektu WS7 w pełnym zakresie.
2. W ramach partycypacji wskazany jest udział ruchów oddolnych i obywatelskich Celem udziału w procesie projektowym jest optymalizacja aranżacji i wykończeniu wnętrz, wyposażenia poszczególnych pomieszczeń i bytów.
3. Nie wyklucza się konkursów w projektach art. dot.: wnętrz i wyposażenia. Preferowane rozwiązania autorskie.
4. Należy uwzględnić działania prowadzone przez różne jednostki i miejsca w promieniu 1 km

od kamienicy, celem takiego działania jest nie powtarzanie, istniejących lub podobnych projektów kulturowych , społecznych, twórczych. Takie działania pozwolą uniknąć konkurowania, należy nastawić się na współpracy społecznie użyteczną i twórczą.

5. Do najważniejszego zadania jest pozyskanie kapitału ludzkiego który zagospodaruje kamienice WS7 w kierunkach społecznie użytecznych „ ludzie tworzą miejsca” spółka jest otwarta na tego typu działania, liczymy na pasjonatów, animatorów kultury ,artystów rzemieślników, wolontariat, twórców różnych dóbr - w korelacji z miejscem.

INWESTOR/OPERATOR/NAJEMCA

JAP GRUOP spółka z ograniczoną odpowiedzialnością NON-PROFIT. Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej VI wydział gospodarczy KRS 0000303892, nip 8982138039, kapitał zakładowy: 50.000 zł
Wniesiony w całości, ul. Marcelego Bacciarellego 10b10 , 51-649 Wrocław

Oferta powstała na podstawie: analizy miejsca, udziału w konsultacjach społecznych, warsztatach, raportu, podsumowania - „ konsultacje ogólnie miejskie dot: kamienicy nr 7 na Wyspie Słodowej”, Notatek z spotkań z kierownikiem projektu, własnego operatu szacunkowego, studium wykonalności, info prasowe, analizy oczekiwań ruchów oddolnych, cesji praw umów, listów intencyjnych, analizy dobrych praktyk, serwisu ekonomiaspoleczna.pl, franczyzaspoleczna.pl
Udział w europejskiej sieci franczyzy społecznej [ESF].