

SOCIAL IMPACT AWARD

Podnikáme jinak

Úspěšné příběhy českých vítězů mezinárodní soutěže

Nejen soutěž

Neotřelá, tvůrčí a udržitelná řešení společenských problémů kolem nás – právě takové nápady jsou odměňovány mezinárodním oceněním Social Impact Award. Autoři vítězných projektů získávají finanční odměnu, pracovní prostor a podporu mentorů. Cílem soutěže je ukázat mladým lidem, kteří končí studia a zvažují, kde by měla začít jejich profesní dráha, že si mohou své pracovní místo vytvořit sami a věnovat se tomu, co má pro ně opravdu smysl.

Social Impact Award inicioval v roce 2009 Institut for Entrepreneurship and Innovation při Vídeňské ekonomické univerzitě. Soutěž se letos kromě Rakouska a České republiky koná také ve Švýcarsku, Chorvatsku, Řecku, Rumunsku, Slovensku a Rusku.

Se Social Impact Award můžete být při tom, když se rodí nové nápady se společensky prospěšnými cíli a udržitelným financováním. Je to unikátní spojení konkrétních projektů a celospolečenské změny.

Dva roky Social Impact Award v ČR

Workshopy, kontakty, povzbuzení – to mohou v Social Impact Award dostat nejen vítězové, ale i všichni účastníci. Výzkum mezi finalisty z minulých let ukázal, že tato podpora měla na rozjezd jejich nápadů výrazný vliv. Většina dotázaných uvedla, že na základě zkušenosti v Social Impact Award výrazně změnili plán, strategii nebo model fungování svého podnikání. Čísla ukazují souhrnné výsledky za 12 finálových projektů z let 2012 a 2013. Výzkum se konal v září 2013.

60 partnerství s akademickými, neziskovými i komerčními organizacemi

43 příležitostí k výdělku (pro členy týmu nebo cílové skupiny)

260+ mediálních zásahů online, v tisku, rádiu i televizi

2500+ obslužených zákazníků

40 veřejných představení nápadu na přednáškách nebo při konzultacích

∞ rozmanitá cílová skupina

Společensky prospěšné podnikání

Soutěž Social Impact Award rozvíjí mezi studenty společensky prospěšné podnikání, anglicky označované jako „social business“ nebo „social entrepreneurship“. Jeho cílem není maximalizovat zisk, ale pomáhat řešit společenské nebo environmentální problémy. Podnikání zde tedy není cílem, ale prostředkem a zisk je investován zpět do zlepšování dané činnosti.

V České republice jsme zvyklí spojovat společensky prospěšné podnikání především se zaměstnáváním osob s různým typem znevýhodnění. Jak ale ukazují i příklady na této výstavě, možnosti, jak propojovat společenská témata a podnikatelské myšlení, je mnohem více.

Mezi podniky, které fungují podle principů společensky prospěšného podnikání, patří i Impact HUB Praha, iniciátor soutěže Social Impact Award v ČR.

socialimpactaward.cz

prague.impacthub.net

Hlavní národní partner:

ČESKÁ
SPORITELNA

Partner pro regiony:



Nadace
Vodafone
Česká republika

Národní partneri:

IMPACT
HUB Praha

pwc

COPY GENERAL

Mezinárodní partneri:

ENTREPRENEURSHIP
& INNOVATION



ERSTE Stiftung



Anthropictures

Pavel Borecký, Pavla Burgos Tejrovská, Lukáš Hanus,
Michal Pavlásek, Markéta Slavková

www.anthropictures.cz



^ „Spolupracujeme s Plechárníky a jsme na to hrdí!“

foto: Anna Šolcová

Problém

České společnosti chybí více angažovaných sociálních vědců, kteří by nabídli své znalosti a metody pro řešení výzev, jimž společně čelíme. Jednou z nich je například efektivní občansky orientovaná správa měst a obcí. Až příliš často v ní dochází k rozhodování „od stolu“ bez sebemenší snahy seznámit se s kontextem, cílovou skupinou či možnými dopady. Sociální antropologie dokáže dobře pomáhat právě tam, kde je třeba porozumět společenským fenoménům, sociálním skupinám i jednotlivcům.

Nápad

Je to jednoduché. Upřímně věříme tomu, že kvalitní aplikovaný sociální výzkum u nás zásadně chybí, i když může přinášet skvělé výsledky. Idea založit nezávislé studio antropologického výzkumu se tak zrodila již před čtyřmi lety. Na počátku stála otázka, proč není o socio-kulturní antropologii v české společnosti větší zájem. Když jsme dali dohromady odvážný tým rozhodli jsme vystoupit mimo akademickou sféru a s kolegy načerpali dostatek inspirace v zahraničí, vzniklo studio Anthropictures.

Řešení

Poskytujeme poradenské služby, vytváříme projekty v oblasti vzdělávání, angažujeme se ve veřejném životě, píšeme články a organizujeme popularizační akce. Na vrcholu našich aktivit ovšem stojí aplikovaný antropologický výzkum. Bez terénu a kontextu totiž není poznání. Partnerům tak přinášíme znalosti, které jim chybí a sblížíme je s lidmi, v jejichž prospěch se snaží konat. K angažovanějšímu přístupu navíc inspirujeme i další generace sociálních vědců.

30 lidí odpovědělo na naši výzvu „Hledáme posily!“



Klíčová je pro nás týmová synergie. Jsme všichni ukrutně odlišní a snad právě proto nás to spolu tolik baví. Je vlastně s podivem, že ačkoliv je sociální antropologie v České republice relativně mladá věda, nikdo před námi se zatím s podobnými cíli na dobrodružnou výpravu mimo poklidné akademické vody nepustil.



Velkým úspěchem je rozsah projektu, který v roce 2014 realizujeme ve spolupráci s Fondem dalšího vzdělávání – zaměstnáme 12 terénních výzkumníků.



Dosud se nám nepodařilo přesvědčit Městský soud v Praze, že jsou naše aktivity dostatečně „obecně prospěšné“ na udělení statutu o. p. s.

Social business?

Ano, cítíme se být sociálními podnikateli. Sociální podnikání si bere to nejlepší z neziskové sféry jako je hodnotové ukotvení, motivace posláním či vztah k místu. Zároveň to skvěle propojuje s tržními principy – orientací na kvalitu služby a ekonomickou efektivitou. Výsledkem jsou zodpovědní a sebevědomí tvůrci nových hodnot.

Partneři

British Council, Praha 14 kulturní, Auto*mat, Institut plánování a rozvoje hl. města Prahy, manua architects, Impact HUB Praha

12 / 2012
vznik Anthropictures

2 / 2013
první výzkum pro Prahu 14 – Komunitní monitoring

3 / 2013
úspěšná reportáž na Radiu Wave

5 / 2013
vítězství v Social Impact Award

6 / 2013
série veřejných talkshow AnthroPOP

9 / 2013
výzkum pro British Council – Evaluace projektu Active Citizens, spolupráce na projektu „Nábřeží žije“

11 / 2013
první stážistka, schválení projektu pro Prahu 14 – Komunitní koordinace

12 / 2013
dva noví členové týmu, schválení projektu pro Fond dalšího vzdělávání – Pracovní návyky



Forewear

Markéta Borecká, Zuzka Jurová

www.forewear.cz



⬆️ **sbírka oblečení na BAZÁRKU v Impact HUBu Praha**

foto: archiv FOREWEAR

Problém

V projektu FOREWEAR řešíme problém nevyužitého oblečení. Nenávidíme plýtvání, a tak vymýšlíme, jak dávat použitým věcem a materiálům další život.

Nápad

FOREWEAR se vyvinul z projektu Výměna oblečení, v rámci kterého jsme pořádali charitativní setkání, kde si lidé mohli vyměnit oblečení a doplňky. Zbylé použitelné oděvy jsme pak věnovali nejrůznějším zařízením, např. Psychiatrické léčebně Bohnice, Kojeneckému ústavu v Krči, lodi Hermes apod. Pak nás ale napadlo nenositelný textil recyklovat a vyrábět z něj něco nového.

Řešení

Pořádáme firemní sbírky oblečení spojené s osvětou v tématu recyklace textilu. Získané oděvy třídíme: zachovalé oblečení se dále využije v organizacích, kterým pomáháme (Borůvka o. s. a Sue Ryder) a nenositelné kousky necháváme zpracovat na netkanou textilii. Studio Boadesign nám z ní navrhuje funkčně-designové výrobky, které posléze šijí klienti chráněných dílen. Hotové produkty (obaly na mobily, tablety, zápisníky...) pak nabízíme zpět firmám jako dárky pro zaměstnance a partnery.

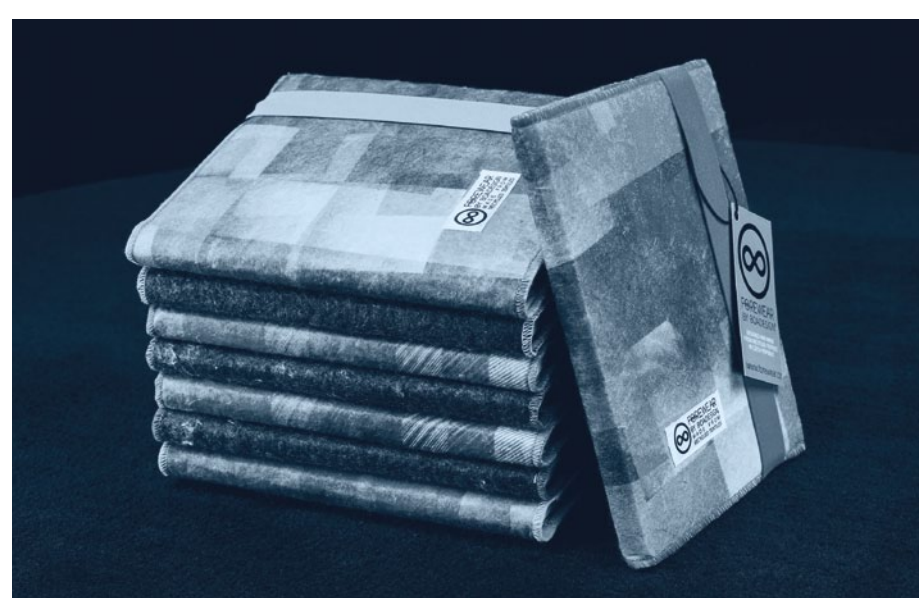


foto: Evka Neumanová

500 pytlů starého oblečení (asi 3750 kg) dostalo díky nám nový smysl



Klíčové bylo nezaleknout se, když jsme po výhře v SIA měli před sebou závazek intenzivně se projektu přes léto věnovat. Bylo nutné do toho jít a nepropásnout příležitost. Podstatná byla posila Zuzka. Následovalo několik milníků – první prototypy, spolupráce s Boa designéry a dobrá odezva na první výrobky. Důležité je vytrvat a krůček po krůčku řešit otázky, které každý den vyvstávají.



Za jeden měsíc jsme prodali 86 z 240 výrobků první vyrobené várky a dostali jsme odvahu udělat objednávku na dalších 370 výrobků.



Z nezkoušenosti jsme neuměli vždy odhadnout, jak nejlépe nastavit a jasně domluvit spolupráci, vzájemná očekávání a odměnu s některými našimi partnery.

Social business?

Ztotožňujeme se s pojmem „social enterprise“ – chceme mít ziskový podnik, který svým předmětem činnosti řeší otázku nevyužitého oblečení a dává práci lidem v chráněných dílnách. Společensky prospěšnému podnikateli jde o to, aby se uživil, ale zároveň aby byly jeho aktivity přínosné pro všechny, jichž se dotýkají.

Partneři

Boadesign, Chráněná dílna FOKUS Vysočina, Chráněná dílna Bona, o. p. s., Borůvka o. s., Domovy Sue Ryder, PricewaterhouseCoopers

3 / 2009

vznik projektu Výměna oblečení

4 / 2009 – 4 / 2013

10 Výměn oblečení (3 v domovech pro seniory)

5 / 2013

vítězství v Social Impact Award

8 / 2013

nová posila týmu Zuzka Jurová

9 / 2013

mentor Honza Slavík, první sbírka oblečení FOREWEAR (v PricewaterhouseCoopers)

10 / 2013

spolupráce s Boadesign, první prototypy, prezentace na Mash-upu

11 / 2013

první výrobky z chráněných dílen

12 / 2013

jarmark v T-mobile a PwC, Bazárek v Impact HUBu, prodáno 86 výrobků

1 / 2014

první firemní objednávky od PwC a T-Mobile, plán nových potisků a rozšíření výroby



Ironing Ladies

Jan Roháč, Martin Jůza

www.ironingladies.cz



^ **Kateřina**
foto: Martin Jůza

Problém

V naší společnosti žije mnoho žen, které jsou z nejrůznějších důvodů znevýhodněny na trhu práce. Mají nemocné či postižené děti, a jsou tak vázány na práci z domova; jsou v invalidním důchodu; ocitly se v problémech, za které nemohou, například v osobním bankrotu kvůli partnerovi, který rodinu zadlužil apod. Hledají proto příležitost, aby svou životní situaci alespoň trochu vylepšily. Pro tyto ženy hledáme a nacházíme uplatnění v tom, co velmi dobře umí.

Nápad

Původně jsme chtěli zehlit problémy partnerského rázu formou crowdsourcingu. Od tohoto naivního nápadu jsme se posunuli k regulérnímu žehlení oblečení a začali jsme hledat ženy, které by tuto práci zastaly. Od začátku jsme chtěli vybudovat službu postavenou na osobním příběhu. Zájem o tuto práci byl v Praze, kde momentálně působíme, obrovský a příběhy, které nám od zájemkyň chodily, byly občas dost smutné. Uvědomili jsme si, že těmto ženám můžeme pomoci a že bychom jim skutečně rádi pomohli.

Řešení

Paní, které jsme z velkého počtu zájemkyň vybrali (momentálně jich je osm), mají velkou chuť pracovat, jsou zkušené a velmi šikovné. To, že začínáme s žehlením a praním, vyplynulo z původního směřování projektu, ale existuje také celá řada dalších činností, kde se mohou naše paní uplatnit a kam bychom náš projekt také rádi posunuli – např. šití, pečení vánočního cukroví apod.

8

paní má momentálně díky nám práci a doufáme, že časem to bude víc



Důležité pro nás byly dvě události. Jednak účast v Social Impact Award – navázali jsme tak množství kontaktů a dozvěděla se o nás spousta lidí. A díky tomu jsme pak dostali možnost účastnit se projektu Rozbeňni sa, což nám také velmi pomohlo. Ale klíčová byla ta chvíle, kdy jsme se rozhodli, že do toho spolu vůbec půjdeme.



Úspěchem je to, že jsme projekt spustili a přinášíme už přivýdělek našim paním.



Zklamal nás přístup některých lidí, kteří nebyli ani zdaleka tak profesionální, jak by měli být. Na druhou stranu to pro nás znamená velké poučení.

Social business?

Domníváme se, že přestože je naše činnost „social business“, pořád je to „business“. To znamená, že zájem vydělat peníze zůstává. Vedle zájmu vydělat peníze je na stejné úrovni také zájem o společenský přínos. Aby projekt reálně někomu pomohl a aby tento sociální dopad nebyl jen „na oko“ (což je někdy dost obtížné posoudit).

1 / 2013

nápad zehlit prádlo

3 / 2013

příhláška do Social Impact Award

5 / 2013

Rozbeňni sa – rychlokurz pro začínající podnikatele

8-9 / 2013

testovací provoz (zkouška logistiky, cen apod.)

10 / 2013

dodatečné ocenění Social Impact Award za posun v projektu

10-11 / 2013

programování objednávkového systému, ceník, právní ukotvení

9 / 12 / 2013

spuštění služby v ostrém provozu



Podnikavá škola

Martin Kozel, Lukáš Polícar, Richard Lukáš, Kristýna Cihlářová, Matouš Glanc

www.podnikavaskola.cz, www.julesajim.cz



^ **mladí podnikatelé ze ZŠ Drtinova na průzkumu v pražském Impact HUBu**

foto: Lukáš Polícar

Problém

Posláním sdružení Jules a Jim, pod které projekt Projekt podnikavá škola patří, je kultivace mezilidských vztahů a komunikace ve školách. Vycházíme z přesvědčení, že základem většiny problémů a rizikového chování žáků a studentů jsou nevyhovující nebo narušené mezilidské vztahy ve školních kolektivech, mezi žáky navzájem, mezi žáky a učiteli, mezi učiteli a mezi rodinou a školou. Mnoho škol také stále podceňuje důraz na rozvoj dovedností a smyslu pro podnikavost a inovace. A právě na to se zaměřuje Podnikavá škola.

Nápad

Projekt vznikl jako reakce na situaci, kdy školy měly veliký zájem o naše programy, ale nemohly si je dovolit financovat. Hledali jsme proto způsob jak jim pomoci s rozvojem jejich vlastních podnikatelských aktivit v rámci doplňkové činnosti. Při jednáních s vedením škol jsme ověřovali jejich skutečné potřeby a zjistili, že tyto potřeby jsou velmi rozmanité a že neexistuje univerzální řešení.

Řešení

Zkušenosti a praxe nás postupně nasměrovaly na komplexní poradenství pro vedení škol a k realizaci kurzů, workshopů, mentoringu a inovativních vzdělávacích programů zaměřených na žáky, studenty, pedagogy a pedagogické sbory. Zabýváme se především rozvojem vztahů a osobnostně-sociálních dovedností (komunikace, spolupráce, empatie, důvěra, vedení a motivace). V rámci projektu Podnikavá škola rozvíjíme podnikatelské myšlení žáků a studentů.

7

aktivních lidí u nás věnuje svou energii inovacím ve vzdělávání, přináší svěžest do škol a jsou za to férově placeni



Projekt Podnikavá škola byl novým impulsem pro celé sdružení a vytvořil se díky němu silný tým. Setkali jsme se díky němu se zkušenými podnikateli a s lidmi, kteří nás inspirovali a podpořili svojí důvěrou.



Za úspěch považujeme pilotáž našich Podnikatelských kroužků, podporu od Nadace Vodafone, spolupráci s Nadací Depositum Bonum a úsměvy na tvářích žáků, studentů i učitelů.



Vzdělali jsme se původní myšlence pomáhat školám k finanční soběstačnosti. Bylo to příliš velké sousto, narazili jsme na nepříznivou legislativu a měli nefunkční business model.

Social business?

Nejblíže je nám pojetí společensky prospěšného podnikání dle Muhammada Yunuse. Tedy – naším podnikáním řešíme určitý společenský problém, který ohrožuje společnost; usilujeme o finanční soběstačnost; zisk si nepřivlastňujeme a investujeme jej do péče o zaměstnance a zlepšování vlastního podnikání; šetříme přírodu a baví nás to.

2003

vznik sdružení Jules a Jim

2012

projekt Podnikavá škola

5 / 2012

vítězství v Social Impact Award

8 / 2012 – 8 / 2013

kontakty se školami, zkušenosti, růst sdružení

2013

inovace ve sdružení, nové programy a projekty

9 / 2013

Podnikatelské kroužky na školách

Partneři

Nadace Vodafone, Direct People, Perfectia, Junior Achievement



Superděti

Radka Vepřková, Lenka Ecker, Adéla Howesová

www.superdeti.cz



⤴ **představení projektu na Mash-upu v pražském Impact HUBu**

foto: Jan Hromádko

Problém

Superděti je označení pro děti, které se ve svém volném čase starají o chronicky nemocného či postiženého rodiče. Jako neformální pečující jsou tak sekundární obětí nastalého traumatu a jsou v naší společnosti stále velmi opomíjenou cílovou skupinou. Trpí psychickými problémy, jsou neskutečně zdatní ve všem, co dělají a zároveň jsou na sebe velmi nároční. Trpí pocitem viny a nemají kamarády.

Nápad

Superděti jsou „dírou na neziskovém trhu“. S touto cílovou skupinou u nás doposud nikdo systematicky nepracoval. Chceme dětem, které nemocí rodičů ztratí možnost si hrát, umožnit získat zpět ztracené dětství.

Řešení

Založili jsme pro superděti centrum, kde poskytujeme sociálně-právní poradenství, chceme vytvořit svépomocné skupiny a nabídnout dětem volnočasové aktivity. Takto chceme superdětem vrátit jejich privilegium, a sice „mít si kde hrát“.



foto: Jan Hromádko

20

hodin týdně stráví superděti péčí o svého nemocného rodiče – snažíme se to změnit



Pro nás je klíčové, že se naše téma začíná diskutovat v médiích, a že se na nás začínají obracet superděti – současné i bývalé. Pro projekt je teď nejdůležitější správně téma komunikovat na veřejnosti a začít debatu o roli superdětí v samotných rodinách. Díky tomu vytvoříme stálou síť klientů, která je pro fungování centra nezbytná. Pro projekt je tedy důležitá právě aktuálnost tématu.



Největším úspěchem byla výhra v národním kole Social Impact Award.



Za neúspěch považujeme to, že se protahuje harmonogram projektu oproti původním představám. Možná jsme podcenili, jak málo se o superdětech ví a kolik veřejné osvěty je potřeba.

Social business?

Superdětské centrum se zatím etablovalo na neziskovém poli. V roce 2014 ho chceme přetvořit v sociální podnik, a sice tak, že budeme některé služby poskytovat placeně i majoritní společnosti. Superděti tak přijdou do styku i s dětmi z jiných rodin. Tak se pokusíme o inkluzi naší cílové skupiny.

8 / 2011

nápad vytvořit centrum pro superděti

5 / 2012

výhra v národním kole Social Impact Award

10 / 2012

získání prostoru pro superdětské centrum na Praze 5

12 / 2013

mediální zásah na aktuálně.cz



Pragulic

Tereza Jurečková, Ondřej Klügl

www.pragulic.cz



⬆️ **Pepa, průvodce**

foto: Michal Cetkovský

Problém

Podle statistik žije v Praze více než 4 000 bezdomovců, kteří trpí zdravotními a existenciálními problémy a pohybují se na okraji společnosti.

Nápad

Hledali jsme činnost, kterou nikdo nezvládne lépe než lidé, kteří tráví většinu svého času v ulicích města. Zjistili jsme, že lidé bez domova mají druhým co nabídnout a rozhodli jsme se na tom stavět.

Řešení

Pragulic nabízí prohlídky Prahy vedené lidmi bez domova, kteří vám ukáží skrytá zákoutí města a provedou vás svým vlastním životem. Bezdomovce nejen zaměstnáváme a zajišťujeme jim tak pravidelný příjem, ale snažíme se také zlepšit jejich životní situaci – vzděláváme je, zapojujeme do dalších aktivit a především pracujeme na tom, aby se jim vrátilo ztracené sebevědomí. Stejně tak se ale snažíme působit na veřejnost a pozitivním způsobem pohled na bezdomovce měnit. Dát běžným lidem šanci svět bezdomovců zažít a pochopit ho.



foto: Jess Collins

1500 návštěvníků provedli naši průvodci po Praze v roce 2013



Pro Pragulic bylo klíčové, že se sešli správní lidé, ve správnou chvíli, na správném místě: Ondra & Chatka & Tereza + SIA 2012



Potkalo nás mnoho úspěchů, na které jsme pyšní a kterých si opravdu vážíme. Ženou nás dál a nutí nezklamat ty, kdo nám dali důvěru a drží nám palce. Nutno ale říct, že kdyby nebyla SIA, nikdy by tohle všechno nezačalo.



Neúspěchy nás nikdy příliš netrápily, ale i my jsme se jich dočkali a můžeme jen říci, že nám nezbyvá nic jiného, než se z nich poučit.

Social business?

Jsmo sociální podnik. Snažíme se hledat cesty, jak problém řešit jinak. Tak aby nás to bavilo a mělo to smysl. Pragulic je finančně udržitelný podnik, plně financován ze svých zdrojů, s jasnou vizí a plány. Pro ty, kteří se dočetli až sem, máme nabídku: dvacetiprocentní slevu na naši prohlídku. Stačí k objednávce připsat heslo „sia expo“. Jsme zvědaví, kolik vás bude.

2 / 2012

zahájení Social Impact Award – nápad pomáhat bezdomovcům

4 / 2012

projekt prohlídek po Praze

5 / 2012

vítězství ve veřejném hlasování Social Impact Award

8 / 2012

první prohlídky

2 / 2013

zahraniční investor

3-6 / 2013

vypracování byznys plánu

5 / 2013

mezinárodní ocenění SozialMarie (cena pro sociální inovace)

6 / 2013

cena Nadace Erste pro sociální integraci

7 / 2013

Fidelity Future Impact Prize

10 / 2013

nové produkty a vizuální styl



Fair Art



Martin Leskovjan, Ondřej Stupal, Vojtěch Mlynář, Marek Doseděl, Matěj Chytil, Jiří Šimek, Michal Adamovský, Silvie Čadská, Kateřina Sedlatá, Matěj Sýkora, Lukáš Kraus, Tomáš Jungwirth, Martina Hájková, Zuzana Stuchlíková (spolupracující advokátka)

www.fairart.cz

Problém

V České republice doposud chyběla organizace, která by poskytovala právní služby umělcům a kulturním institucím za dostupnou cenu. Česká umělecká scéna postrádala instituci, která by se starala o její právní povědomí a zajištění, a která by hájila zájmy kulturní sféry ve veřejné politice. Proto jsme založili Fair Art. Náš tým tvoří právníci, které spojuje zájem o umění a potřeba společensky prospěšného konání.

Nápad

Cílem Fair Artu je zajišťovat právní podporu umělcům a uměleckým institucím, rozvíjet a prohlubovat právní povědomí v oblasti práva a umění u laické i odborné veřejnosti a zlepšovat právní vztahy na umělecké scéně i mimo ní. Chceme být důvěryhodným partnerem veřejným institucím, podílet se na kultivaci veřejné politiky v oblasti umění a zastávat se uměleckého světa. Zpřístupňujeme právní služby lidem a organizacím, které si je za jiných okolností nemohou dovolit.

Řešení

Základem naší činnosti je právní poradenství, ve vybraných případech zdarma *pro bono*, jindy formou klientské spolupráce. Dále se dlouhodobě snažíme v českém právu zavádět samostatnou disciplínu „právo a umění“. Vrcholkem pomyslné pyramidy naší činnosti je působení v roli „watchdoga“ na poli kulturní politiky a lobbingu při tvorbě nové legislativy ve spolupráci s etablovanými organizacemi a orgány státní správy.

24

případů již prošlo naší právní poradnou



Pro Fair Art bylo podstatné především to, že se sešla skupina podobně smýšlejících lidí, kteří byli ochotni investovat svůj čas a energii. Významně nám pomohla také podpora zvenčí, díky které se nám otevřely další možnosti – zejména grant od Ministerstva kultury na stáž iniciátora a spoluzakladatele Fair Artu Martina Leskovjana u Volunteer Lawyers for the Arts v New Yorku. A samozřejmě taky úspěch v Social Impact Award.



Úspěchem je, že se nám množí případy. Díky sehranému a překvapivě zkušenému týmu běží vše skvěle.



Velkou výzvou je nastavit si byznys model tak, aby příjemci našich služeb dobře rozuměli tomu, že veškerý zisk směřuje zpět na udržení a rozvoj našich projektů.

Social business?

Pojem „social business“ si vykládáme jako podnikání, které akcentuje společenský dopad své činnosti. Jeho ziskovost je důležitá, nesměřuje však primárně k obohacování těch, kteří ho provozují, ale k rozvíjení dané činnosti, a tak i k účinnějšímu řešení určitého společenského problému. Fair Art se považuje spíše za neziskovou organizaci, která poskytuje některé komerční služby za úplatu.

^ projekt „fotka pro Fair Art“

Michal Adamovský,
Věc Makropulos, 2009

11 / 2012

vznik platformy Fair Art

3 / 2013

představení Fair Art na Art Prague

4 / 2013

interaktivní aplikace férových smluvních vzorů na webu

5 / 2013

vítězství v Social Impact Award

9–10 / 2013

Martin Leskovjan na stáži u Volunteer Lawyers for the Arts v New Yorku

12 / 2013

otevření vlastní kanceláře a poradny v Karlín studios

1 / 2014

zahájení spolupráce s European Visual Artists (Brusel), lobbistickou skupinou za práva výtvarných umělců v EU

Partneři

Volunteer Lawyers for the Arts,
Cena Jindřicha Chalupického,
Gestor, o. s.

Vítězové Social Impact Award v roce 2014?