



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

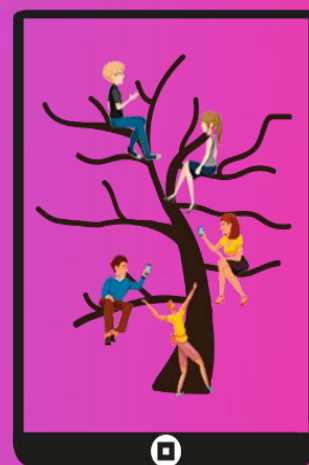


Up To Youth

Promoting Future Digital Social Entrepreneurs

IO2 – A1

Zbirka dobrih praks



Opis projekta

Skozi program Up to Youth želimo spodbuditi mlade (dodiplomske, brezposelne diplomante ali mlade migrante), da razvijejo svoje spretnosti za digitalno socialno podjetništvo. Te nekatere spretnosti so potrebne za ustvarjanje in razvoj sodobnega digitalnega socialnega podjetja in segajo od tistih za spodbujanje socialne vključenosti, kot so življenjske spretnosti, socialne spretnosti in delovne spretnosti za podporo vstopu na trg dela. Najpomembnejša prednostna naloga projekta je "Up to Youth: Spodbujanje podjetniškega izobraževanja in socialnega podjetništva med mladimi". Mladinsko podjetništvo je dragoceno orodje za boj proti brezposelnosti in socialni izključenosti mladih ter spodbujanje inovacij med mladimi. Nazadnje je ena od prednostnih nalog projekta povezana z odprtimi in inovativnimi praksami v hitro spreminjajoča se tehnologija je vplivala na funkcije in načine dela v podjetništvu ter skoraj v vseh poslovnih panogah

Opis projektne dejavnosti

Cilj te dejavnosti je bil zbrati tri primere dobrih praks (zgodbe o uspehu ali uspešen projekt) iz vsake partnerske države. Te dobre prakse kažejo mlade navdihujoče primere socialnega podjetništva. Vsebuje, kako in zakaj je bila ideja razvita ter kdo so upravičenci. V tej knjižici najdete petnajst dobrih praks iz Turčije, Portugalske, Slovenije, Velike Britanije in Grčije. Spodaj predstavljeni projekti vključujejo vsebino trajnostnega gospodarstva, izobraževanja, okolja in recikliranja. V naslednji fazi te predstave si boste ogledali nekaj inspirativnih videoposnetkov z vzorniki, ki so uspešni v socialnem podjetništvu in digitalnem socialnem podjetništvu.

Dobre prakse

Država	puran
Ime dobre prakse	Otsimo - https://otsimo.com/en/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Otsimo je projekt, ki otrokom z avtizmom ponuja igre prek spletnega portala, da bi jim pomagali pridobiti potrebne veščine in znanje doma. Zanje in njihovim staršem je izobraževanje lažje in dostopnejše.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Ustanovitelji Otsimo verjamemo , da mora biti vsak otrok, vključno s tistimi, ki trpijo za avtizmom lahko dostopa do osnovne izobrazbe enostavno in spletne igre so najboljši način, da se dostop do izobraževanja. Eden od ustanoviteljev (Zafer Elçik) OTSIMO ima brata avtista in gospod Zafer je opazil, da čeprav njegov brat ne zna govoriti ali brati, lahko igra. Ideja o ustanovitvi O tsimo se je začela v tej točki.

Država	puran
Ime dobre prakse	Tarımsal Pazarlama - https://www.tarımsalpazarlama.com
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Platforma za kmetijsko trženje ponuja privilegij, da informacije o zaščiti proizvodov dosežemo tako, da kmete pripeljemo na internet in prodajo njihove pridelke hitreje in brez provizije.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Kmet je bil dolžan posrednikom, izdelkov ni mogel prodati, cen izdelkov, ki jih je prodajal, se ni mogel naučiti, poznal se je vremenskih razmer po naravni nesreči. Niso mogli vedeti za nepovratna sredstva in posojila, niso se znali prijaviti in niso poznali agro agende. Gospa Tülin AKIN (leta 2013 nagrajena za najuspešnejšega mladinskega podjetnika na svetu) je želela spremeniti to situacijo.

Država	puran
Ime dobre prakse	Polica (m) adam - http://www.copmadam.com/tr/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Cop (m) adam je projekt, pri katerem se smeti reciklirajo v modne obleke in dodatke žensk brez kakršnih koli delovnih izkušenj. Ženske, ki sodelujejo v tem projektu, prvič zaslužijo denar. Projekt prispeva k okolju in zaposljivosti žensk.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Ustanoviteljica (Tara Hopkins) je 10 let delala kot predavateljica družbene odgovornosti na univerzi Sabanci in odločila se je uresničiti svoje sanje o zaposlovanju žensk brez predhodnih izkušenj. Hopkins meni, da se bo njihova samozavest povečala, če bodo ženske zaslužile za svoje delo.

Država	Slovenija
Ime dobre prakse	Simbioza - http://www.simbioza.eu/en/2018/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Simbioza je socialno podjetje, ki si prizadeva za izboljšanje kakovosti življenja in dobrega počutja dveh ciljnih skupin - starejše in mladine - z zagotavljanjem edinstvenih možnosti zaposlovanja, mreženja in vzajemnega učenja.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	S tory of Simbioza začela z alarmantno dejstvo: 2009, je 94% ljudi, starejših od 65 let, ni nikoli dotaknil računalnika. To je bil prvotni problem, ki ga je Simbioza obravnaval . To je bilo mišljeno, da bo le enkratni pobuda v letu 2011, vendar zaradi na povpraševanje na trgu , Simbioza prerasla v socialnega podjetništva v 2014. Po 7 letih so delajo na več projektih in želijo postati vodilni svetovni forum na temo medgeneracijskega sodelovanja in izmenjave znanja in izkušenj.

Država	Slovenija
Ime dobre prakse	Smetumet - http://smetumet.com/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Njihov cilj je ozaveščati o odpadkih in jih zmanjševati tako, da iz njih izdelujejo unikatne stvari. Ustanovitelji razmišljajo o zasnovi izdelka, ki je narejen izključno iz odpadkov. Izdelek nato izdelajo različna lokalna združenja ali podjetja, vključno z ljudmi s posebnimi potrebami itd.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Na začetku so začeli kot združenje za ozaveščanje o odpadkih, kasneje, ko pa so se odločili za njihovo zmanjšanje, so postali socialno podjetje. Iz odpadkov proizvajajo nove izdelke. Del ideje je, da ljudje, ki izdelujejo stvari, za svoje delo dobijo pošteno plačilo.

Država	Slovenija
Ime dobre prakse	Skuhna - https://www.skuhna.si/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Skuhna je restavracija in gostinska dejavnost, ki ponuja pristne jedi iz Afrike, Azije in Južne Amerike, ki jih pripravljajo mednarodni kuharji. To je edinstven kraj zasnovan in svinca, ki jih migranti iz globalnega juga na načelih socialnega podjetništva. Spodbujajo kulturno raznolikost in sodelovanje.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Najprej so začeli kot majhna nevladna organizacija Zavod Global, ki se je kasneje s subvencijami spremenila v socialno podjetje. Ustanovitelji so se za podjetje odločili, ker so ugotovili, da so v Sloveniji še vedno prisotni predsodki in stereotipi o različnih kulturah in rasah. Verjamejo, da raznolikost ljudi bogati in želijo predstaviti različne kulture s kulinariko.

Država	Grčija
Ime dobre prakse	Geo plačana eia - https://www.geopedia.gr/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Geopaideia je skupina od aktivnih državljanov z različnimi ozadji in delovnih izkušenj , ta delež skupna ideja: da thei r lastno kakovost življenja odvisna od njihove stiku z naravo in za globlje razumevanje o thei r svetu . Geopaideia je socialno podjetje , ki cilje za spodbujanje in zaščito za okolje , podpirati trajnostno rast in se deluje v smeri v prihodnosti za za uravnotežen odnos med nami in za okolje . So začeli s izdelavo okoljskih izlete in okoljske ozaveščenosti dejanja , ki so bile usmerjene predvsem v odraslih , vendar imajo od takrat usmerjena tudi v otroškem okoljskega izobraževanja .
Kako in zakaj je bila ideja razvita	V Grčiji se je pomanjkanje v environmental zaščito in zavesti , še posebej v času od konca gospodarske krize leta . Od v subpar odpadkov zdravljenje v na mestih in turističnih območij na s primanjkuje okoljske vzgoje v šolah pa je dovolj prostora za smiselno napredek in delo na tem področju , na način , ki lahko imajo tudi pozitiven učinek . Geopaideia je socialno podjetje , ki želi za izboljšanje okoljske ozaveščenosti tako za otroke in odrasle v pogledih , ki gredo dlje stale predavanjih in ponujajo Priljubljeno roke -na pristop . Kot skupina so raziskovali d , Stud IED in odkrili ed na edinstvene lastnosti iz območij v interesu , da , da bi bolje razumeli njih . So načrtovanje , organiziranje in izvajanje interaktivnih dejavnosti v njihovem lokalnem območju , ki združujejo zabavo in znanja . Prav tako sodeluje v lokalnih dogodkov in dejavnosti, ki spodbujajo sodelovanje s podobno mislečih ljudi .

Ime dobre prakse	Trajnostno gibanje hrane v Grčiji http://www.sustainablegastronomy.eu/)
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Sustainable gibanje hrane v Grčiji je socialno podjetje, katerega cilj je boj proti odpadke hrane in spodbujanje trajnosti v kulinarčne umetnosti industrijo. Podjetje izobražuje strokovnjake za trajnostno gastronomijo in poziva poslovneže in restavracije, naj s trajnostjo postanejo inovativni. Cilj je razviti restavracije brez odpadkov v Grčiji. SFM ponuja smernice, strokovno znanje, podporo in inovativne rešitve zainteresiranim stranem, ki svoje podjetje predstavljajo okolju prijazno. SFM sodeluje z mrežo strokovnjakov in visoko usposobljenimi strokovnjaki za strategije trajnostnega razvoja.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Trajnostno gibanje hrane v Grčiji je socialno podjetje, registrirano v Atenah v Grčiji julija 2017, katerega namen je spoprijeti se z živilskimi odpadki in spodbujati trajnostni razvoj v grški industriji kulinarike. Ustanovitelj verjamejo, da so okoljska osveščenost, izobraževanje, znanje, specializacija in digitalne inovacije le tipke za napredek in uspeh. Njena filozofija reševanja živilskih odpadkov temelji na etičnem, ekonomičnem, učinkovitem in vizionarskem pristopu, ki bo ljudi usmerjal k spreminjanju življenjskega sloga in praks, da bi ustvaril trajnostno zaprto zanko materialov. " Foodity " temelji na filozofiji "varčevanje s hrano - zaslužek".

Država	Grčija
Ime dobre prakse	Apo Koinou http://www.apokinou.gr/en/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Osnovni namen zadruge "Apo Koinou " je vzpostaviti temelje za avtonomno in harmonično mikrogospodarstvo, ki nasprotuje ustvarjanju dobička in zavajanju. Razvoj samostojne skupnosti z ustvarjalno produktivno dejavnostjo, v glavnem malih proizvajalcev, za bolj pravično in etično življenje, ki temelji na trajnosti in tesnih harmoničnih interakcijah z okoljem, hkrati pa razvija zaupanje v človeške odnose . Njihova ustvarjalna dejavnost temelji na treh glavnih stebrih: proizvodnja najrazličnejših izdelkov in storitev - majhen obseg z naravnimi metodami. Šolanje, ki izvaja alternativne tehnike poučevanja, ki so predvsem pravične in temeljijo na ljubezni. Širjenje tradicionalne umetnosti, obrti in kulturnega napredka. Seveda je pridelava hrane zanje glavna prednostna naloga, saj na tem gradijo ostalo kulturno zgradbo naše skupnosti.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Sanjali so o gostoljubni družbi, ki temelji na samozadostnosti in solidarnosti, ki ne izkorišča soljudi ali matere narave. In to udejanjajo v praksi, začeni najprej pri sebi. Samozadostna združna skupnost "Apo Koinou ", kar pomeni "Skupaj" in "od navadnih ljudi", se je rodila spomladi leta 2013 v Heraklionu na Kreti. Številni ljudje iz vseh družbenih slojev z različnimi interesi in izkušnjami združil skupni cilj: živeti na bolj pravičen in etičen način, ki temelji na trajnosti, interakciji z okoljem in naravnimi obrtmi, hkrati pa razvija zaupanje v človeške odnose.

Država	Portugalska
Ime dobre prakse	Re-Food - https://www.re-food.org/en
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Vnovična hrana deluje za odpravljanje živilskih odpadkov in lov v lokalnih skupnostih, hkrati pa krepi lokalne družbene vezi. Ciljna skupina: ljudje z lakoto v lokalnih skupnostih in lokalni ponudniki hrane. Re-food želi ukrepati na: 1. Gospodarska trajnost - hrano prosto dajejo partnerji iz virov hrane, delo opravljajo prostovoljci, motivirani z dobro voljo, operativni prostor se podarja brez stroškov in neizogibni obratovalni stroški so zelo nizki. 2. Okoljska trajnost - obrokov s rešene zmanjšuje vpliv negativnih biomase zmanjšanje okolja na odlagališčih ; Zbiranje hrane c biti storjeno s strani skupin za hojo in jahanje kolesa , zmanjševanje ekološkega odtisa . 3. Socialna trajnost - pozitivna interakcija številnih in raznolikih prostovoljcev ustvarja duh sodelovanja in dobre volje .
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Ideja je temeljila na dejstvu, da o NE tretjina vse hrane, proizvedene na planetu konča v smeteh , in o NE v osmih ljudi, nimajo dostopa do hrane, ki jo potrebujejo. To ne velja le globalno, ampak tudi lokalno, kjer lahko ljudje nekaj naredijo, da to spremenijo. Vnovična hrana je bila mišljena kot način za vzdrževanje visoke donosnosti / nizkocenovne akcije reševanja hrane v soseski, ki vključuje strogo dobro voljo vseh sektorjev skupnosti.

Država	Portugalska
Ime dobre prakse	Govori - https://www.speak.social/pt/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Govorite je kulturni in jezikovni program, katerega cilj je zблиževanje ljudi in spodbujanje socialne vključenosti in enakosti z omogočanjem dostopa jezika in kulture do tujih ljudi. Ciljna skupina: ljudje, ki se poskušajo naučiti novega jezika v kontekstu vključevanja v drugo kulturo, kot so migranti, študentje, tuji strokovnjaki, begunci itd. Speak želi biti boljši način učenja jezikov : 1. Postanite domačin povsod: jezikovne skupine vodijo prijatelji iz celega sveta. Tekoče govorijo jezik, ki se ga želi naučiti, in bodo pomagali zveni tako kot domačin. 4-18 udeležencev na jezikovno skupino. 2. Pojdite na ulice: učne skupine se osredotočajo na vsakdanje pogovore. 90-minutne tedenske seje v 12 tednih. 3. Vzemite na naslednjo stopnjo: w hether je eden učenje jezika za prvič, ali želijo s izboljšati jezik, ki že vedo, s. 4. Cena pridružitve jezikovni skupini je 29 €, za prijatelje pa je brezplačna.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Zaradi študentskih programov, kot je Erasmus, ali zaradi migracijskih tokov je vse več ljudi, ki se morajo naučiti jezika in kulture države, v kateri živijo. Uporaba interneta za ustvarjanje in upravljanje storitve, cilj pa je doseči, da se ljudje, ki živijo v istem mestu, srečujejo in komunicirajo med seboj s pomočjo osebnih stikov .

Država	Portugalska
Ime dobre prakse	eSolidar - https://www.esolidar.com/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	eSolidar je globalni trg, ki daje povezave med dobrodelnimi organizacijami in njihovimi skupnostmi z enostavnimi načini zbiranja sredstev in ozaveščenosti. Ciljna skupina: ljudje na splošno, ki bi radi podprli vzroke, ki jih zanimajo. eSolidar je cilj je, da je vseobsegajoča način za dobrodelne organizacije do fundraise spletu pravočasno in stroškovno učinkovit način, ki ustvarja spletne skupnosti, ki lahko pomagajo dobrodelne od spodaj navzgor. Registracija uporabnikov in dobrodelnih organizacij ter uporaba platforme sta brezplačna in obstajajo trije načini delovanja: 1. Dobrodelne trgovine: kupujte izdelke, ki jih objavljajo dobrodelne organizacije. 2. Dobrodelne tržnice: prodajte in podprite dobrodelne namene. 3. Dobrodelne dražbe: ponudite ekskluzivne izdelke in edinstvene izkušnje . Za vsak prodani izdelek, donacije in skupni znesek, zbran na podporni dražbi, se zaračuna majhna provizija, ki bo podpirala tržne storitve, administrativno pomoč in tehnični razvoj.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Ljudje se zavedajo in se odzivajo na družbene vzroke, internet pa ljudem pomaga, da ukrepajo. Zato želi eSolidar prek n spletne platforme ustvariti spletno skupnost, ki bo koristila dobrodelnim organizacijam po vsem svetu .

Država	Združeno kraljestvo
Ime dobre prakse	Spremenite prosim - https://www.changeplease.org/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	Kolikokrat ste videli brezdomca, ki je prosil za denar, okleval, da bi mu pomagal, in nenehno hodil mimo? Cemal Ezel ima preprosto rešitev te vsakdanje moralne dileme. Brezdomce je izučil za bariste, je spoznal in lahko prodajo kavo zasedenim mimoidočim na jutranji poti. Cemal Ezel je podjetnik, ki brezdomstvo končuje s kavo. Projekt H Change "Change Please" dosegla impresivne koristi za brezdomce in čeprav je veliko ljudi prispevalo k uspehu organizacije. Cemal Ezel je vzpostavil pogoje, ki so potrebni za uspeh in rast. Ezelovo sočutje do brezdomcev, mimo katerih je šel vsak dan, skupaj z neomajnim prepričanjem v moč njegove ideje, mu je dalo namen in zagon, da to uresniči. Gradnja njegove organizacije je zahtevala čas in trud, vendar je bila nagrada za preoblikovanje resničnih življenj vredna naložbe.
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Ezelova na videz preprosta ideja je v resnici izhajala iz globokega razumevanja izzivov, s katerimi se soočajo brezdomci in hitro rastoči trg kave v Veliki Britaniji. Vedel je, da bodo mimoidoči bolj verjetno kupovali izdelke od brezdomcev kot darovali denar (zaradi stigme okoli alkohola in mamil) in da povpraševanje po kavi narašča skupaj z londonskim prebivalstvom. To razumevanje mu je omogočilo, da je "sestavil dva in dva" in izkoristil priložnost, da je brezdomce zaposlil kot bariste.

Država	Združeno kraljestvo
Ime dobre prakse	OLIO - https://olioex.com/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	OLIO aplikacija se začne s hrano delitev revolucijo , ki povezuje sosedo s drug drugega in z lokalnimi trgovinami tako presežek hrane in druge predmete , se lahko prerazporedijo , ne vrže proč . Njihov največji izziv je v tem trenutku , čeprav se spodbuja več od svojih podpisanih do uporabnikov, da bi se preskok v veri in dodate ali zahteva svoj prvi element . To je lahko težko , da verjamem, da kdorkoli bo želeli svoje presežke hrane , vendar jih je večina gotovo storili kot 40% vseh živil doda , da v aplikaciji je zahtevana v manj kot 1 uri in 75% je zahtevana v manj kot 24 urah !
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Gospodinjstva v Veliki Britaniji vsako leto pripravijo 7 milijonov ton hrane in pijače. Če bi bili živilski odpadki država , bi bil to tretji največji izpust toplogrednih plinov. In več kot 50% odpadne hrane nastane v naših domovih. Ta šokantna statistika kaže, da je znani občutek krivde, ki ga čutimo, ko v koš odložimo nekaj neuporabljenih užitnih izdelkov, del veliko širšega in resnejšega problema. To je ta problem, ki OLIO je na misijo za reševanje. Tessa Cook in njena prijateljica Saasha sta poletje 2015 razbijala po ulicah severnega Londona, podpisala ljudi, ki bodo prvi vedeli, kdaj smo zagnali OLIO, in razdelila letake in pisma, ki so pojasnila aplikacijo in njihovo poslanstvo. Kar zadeva izzive, je eden največjih, kako povečati uporabniško bazo s tržnim proračunom blizu nič - tu nastopi program prostovoljcev ambasadorjev, ki širijo glas o OLIO v svoji lokalni skupnosti. Trenutno se OLIO v povprečju vsak mesec pridruži

Država	Združeno kraljestvo
Ime dobre prakse	Elvis in Kresse - https://www.elvisandkresse.com/
Vrsta (projekt / intervju)	Projekt
Kratek d pis projekta ali na (digitalnem) socialna podjetja (cilj, ciljna skupina, vpliv, koristi, itd)	To podjetje izkaže stare gasilne cevi v luksuznih dodatkov . Ti ustvarjajo edinstvene , ročno izdelane izdelke iz v razponu od predelanih materialov . Elvis & Kresse se je začela v letu 2005. To poslovno predeluje in -preoblikovanje materialov in daruje 50% družbe prihodkov v dobrodelne namene . Njihov podpis linijo za torbe in denarnice se je z izjemno funkcionalnih pobrano materialov , kot so razgrajenih gašenje cevi , padala , in tiskanje odeje . Naše vrečke so lepa , funkcionalna , in dobro za na okolje . 50% od dobička iz za požarno cev območju so podarili , da je Fire Fighters Charity .
Kako in zakaj je bila ideja razvita	Leta 2005 Kresse in Elvis je imel priložnost srečanje z na London Fire brigade in takoj padla v ljubezni z njihovimi poškodovanih , razgrajenih požarnih cevi . Vse se je začela s po želji za reševanje na požarno cev . Prvotni cilj je bil , da ustvarijo za podjetje , ki bi lahko našli v novo življenje, za te stare ali poškodovane cevi .