

Naziv NVO: Združenje mladih, staršev in otrok Sezam

Naslov: Novi trg 1, 1000 Ljubljana

Kontaktna oseba: Nada Kirn Špolar, Bor Kirn

Telefon: 040-812-477

E-pošta: [info@zdruzenje-sezam.si](mailto:info@zdruzenje-sezam.si)

Spletna stran: [www.zdruzenje-sezam.si](http://www.zdruzenje-sezam.si)

Številka pogodbe o sofinanciranju: C7560-17-408032

Vsebinsko poročilo o izvedenem projektu NE NABAVI, POPRAVI!

1) **Ne nabavi, popravi! Don't buy, repair!**

2) izvleček

Kampanjo Ne nabavi, popravi! smo začeli v začetku aprila 2017 z organiziranjem mreže, v kateri so bile vključene nekatere pomembne okoljske nevladne organizacije: Ekologi brez meja, Umanotera, SmetUmet, Delavnica Konceptov, Mreža Mama, Univerza v Novi Gorici AU. Skupaj smo viharili glede vsebine filmčkov, vsebine FB in poteku kampanje. Tako smo tudi skupaj odšli v Gorico, kjer smo predstavili našo kampanjo študentom Akademije za umetnost v Gorici. Poleg kampanje smo za uvod organizirali še predavanje Gaje Brecej iz Umanotere, kjer je podala širši in bolj globalen aspekt in posledice masovne potrošnje.

Po predavanju smo počasi vzpostavili tudi FB skupino Ne nabavi, popravi, na kateri objavljamo vsak dan članke, videe, naše kratke filme in drug material vezan na našo temo. V pol leta smo pridobili 1001 všečkov in 15.400 ogledov naših filmčkov. Tako smo cilj, zadan v vlogi za projekt, kar petkratno preseglji. O naših aktivnosti pa smo poročali in objavljali tudi na poratlu mlad.si.

Nato smo vzporedno začeli delati še na produkciji kratkih filmov za mlade. Za potrebe snemanja smo se dva meseca vsake dva tedna dobivali na sestankih z ekipo za snemanje. Snemanje je potekalo skozi 4 dni v začetku julija za vseh 10 filmčkov, nato pa smo delali postprodukcijo do srede avgusta. V začetku septembra smo začeli filmčke izdajati preko FB in Youtube ob ponedeljkih in petkih. Na Youtube smo ustvarili tudi svoj kanal.

Poleg tega, da smo mladim probali tematiko približati preko filmčkov, smo se osredotočili tudi na politični aspekt kampanje. Tako smo vzpostavili stik s Švedi, konkretno **švedskim ministrstvom za finance**, ki so nas navdihnili za to kampanjo.

In tu vidimo še en pomemben presežek naše kampanje, saj smo uspeli vzpostaviti kontakt s švedsko vlado o tej tematiki. S podatki, ki so nam jih dali, smo tako s pomočjo mreže napisali osnutek "dokument za državno politiko na temo popravil in zmanjšanja davkov", ki smo ga predstavili na tiskovni konferenci, ki je potekala pred sejmom popravil 5. In 6.10. 2017- zaključka naše kampanje za to leto 2017. O tej konferenci je pisal časopis Finance, novinarka Dnevnika pa bo o tej tematiki pripravila širšo temo 10.10.2017

Don't buy, repair! campaign started with the meetings of the network, which includes some of the most important environmental NGO's in Slovenia. Together we have brainstormed about the content of the films, of our FB page and the campaign itself. We also went to Gorizia together, where we introduced our campaign to young students of the Academy of Arts. Besides that Gaja Brecej of Umanotera had a lecture, where she explained a wider and more global impact and consequences of mass production.

After the lecture we established a FB page (Ne nabavi, popravi), where we post relevant stuff such as videos, articles and our films on a daily basis. In half a year the page has 1001 likes and 15400 views of our short films.

We also worked on producing the films for the youth. For the purpose of film production, we had meetings every two weeks with the filming crew. It took us four filming days to film all ten episodes at the start of July and then another month and a half for postproduction. In the beginning of September we started to release the films every Monday and Friday through our FB page and YouTube channel that we also established.

Besides the fact that this is a campaign for the youth, we also focused on the political aspect of our campaign. We have made contact with the Swedes, who inspired us to run this campaign. With the data that they gave us, we had written a policy paper draft for a tax break on all repairs, which we introduced on the press conference before the repair faire, which was an official ending of our campaign for this year. In the end of August we established our website (onepager nenabavipopravi.si), where one can find all the necessary information about our campaign, who are our partners, policy paper draft, all the films and relevant links.

3) predmetne oznake (deskriptorji oz. ključne besede),

Kampanja za mlade, Ne nabavi, popravi, "Dokument o državni politiki", masovna potrošnja, filmčki za mlade, Campaign for the youth, Don't buy, repair, Policy paper, mass consumption, films for the youth

4) kazalo (navedba vsebine)

**Uvod**

Potek projekta, priprava načrta in organizacija mreže organizacij za kampanjo

Priprava facebook strani in izvedba projekta skozi družabna omrežja

Priprava materialov in izvedbeni del za snemanje kratkih filmov na temo Ne nabavi, popravi, predstavitve filmov na družbenih omrežjih FB in YouTube

Diseminacija dokumenta o državni politiki na področju popravil

Organiziranje 1. sejma popravil in okolju prijaznega načina življenja

**ZAKLJUČEK**

- 5) navedba sodelavcev oziroma partnerjev, ki so sodelovali pri izvajanju projekta/aktivnosti.

Mreža:

- Delavnica konceptov
- Umanotera
- Ekologi brez meja
- Smetumet
- Mreža MaMa
- Akademija za umetnost Univerze v Novi Gorici

Snemalna ekipa:

- Scenaristka in režiserka: Jasna Pintarič
- Snemalec: Gregor Dvornik
- Animacija in montažer: Marko Benčič
- Fotograf: Žiga Dornik
- Animacija: Andreja Goetz
- Igralec: David Kristan
- Prostovoljci

Spletna stran:

- Oblikovalka: Mateja Jurković
- 

Stališča za tiskovno konferenco:

- Kira Cerjak
- Srečo Kim

Stališča za politično kampanjo oz. Nastavek za družbene spremembe na tem področju:

- Srečo Kim

Priprava 1. Sejma popravil in okolju prijaznega načina življenja:

- sodelavci in zaposleni na Sezamu in Mladinski postaji Moste
- Prostovoljci in prostovoljke, Leja Markelj, Urška Kaplan, Anja Mrak
- Preoblikovalnica, Delavnica Konceptov, Dežnik s.p., Knjižnica Reči Prostorož, Izmenjevalnica OO Rdeči Križ Ljubljana, Juicy, Moj kolesar, Samopopravljalnica koles, Ekovek, Srčni dar Ekovrt, Snaga, Komunala Ljubljana, Zavod na robu

Vsebina:

UVOD

Kampanjo Ne nabavi, popravi! smo začeli najprej ob prijavi samega projekta v letu 2016 in intenzivneje v začetku aprila 2017 s sestajanjem mreže, v kateri so bile vključene nekatere pomembne okoljske nevladne organizacije.

Poteka projekta, priprava načrta dela in akcij in organizacija mreže organizacij za kampanjo

Skupaj smo viharili glede vsebine filmčkov, vsebine FB in poteku kampanje. Tako smo tudi skupaj odšli v Gorico, kjer smo predstavili našo kampanjo mladim študentov Akademije za

umetnost v Gorici. Poleg kampanje smo za uvod organizirali še predavanje Gaje Brecej iz Umanotere, kjer je podala malo širši in bolj globalen aspekt in posledice masovne potrošnje.

#### Priprava facebook strani in izvedba projekta skozi družabna omrežja

Po predavanju smo počasi vzpostavili tudi FB skupino Ne nabavi, popravi, na kateri objavljamo vsak dan med tednom članke, videe, naše filmčke in drug material vezan na našo temo. V pol leta smo pridobili 1001 všečkov in 15.400 ogledov naših filmčkov. Tako smo cilj, zadan v vlogi za projekt, kar petkratno presegle. O naših aktivnosti pa smo poročali in objavljali tudi na poratlu mlad.si. Konec avgusta smo tudi vzpostavili spletno stran ("onepager" nenabavipopravi.si), na kateri lahko najdemo glavne informacije o kampanji, kdo so partnerji, osnutek "policy paperja" in vse filmčke ter relevantne povezave.

#### Priprava materialov in izvedbeni del za snemanje kratkih filmov na temo Ne nabavi, popravi, predstavitve filmov preko FB in YouTube

Nato smo vzporedno začeli delati še na produkciji filmčkov za mlade. Za potrebe snemanja smo se dva meseca vsake dva tedna dobivali na sestankih z ekipo za snemanje. Snemanje je potekalo skozi 4 dni v začetku julija za vseh 10 filmčkov, nato pa smo delali postprodukcijo do srede avgusta. V začetku septembra smo začeli filmčke izdajati preko FB in Youtube ob ponedeljkih in petkih. Na Youtubu smo ustvarili tudi svoj kanal.

#### Diseminacija dokumenta o državni politiki na področju popravil

Poleg tega, da smo mladim probali tematiko približati preko filmčkov, smo se osredotočili tudi na politični aspekt kampanje. Tako smo vzpostavili stik s Švedi, konkretno švedskim ministrstvom za finance, ki so nas navdihnili za to kampanjo. In tu vidimo še en pomemben presežek naše kampanje, saj smo uspeli vzpostaviti kontakt s švedsko vlado o tej tematiki. S podatki, ki so nam jih dali, smo tako s pomočjo mreže napisali osnutek "policy paperja" za znižanje davka na vsa popravila, ki smo ga predstavili na tiskovni konferenci, ki je potekala pred sejmom popravil - zaključka naše kampanje za to leto. O tej konferenci je pisal časopis Finance, novinarka Dnevnika pa je o tej tematiki pripravila širšo temo. Na podlagi teh objav smo že dobili prve pozitivne odzive od javnosti, od strank, od organizacij, ki bi nadaljevale delo z osveščanjem mladih in drugih.. Časopis Finance pa nas je povabil, da podprejo to idejo, kot eno od ključnih pobud, ki prihajajo iz nevladnega sektorja. Prav tako pa so idejo pograbili nekateri strokovni krogi.

#### Organiziranje 1. sejma popravil in okolju prijaznega načina življenja

Kampanjo smo zaključili: z organizacijo tiskovne konference, predvajanjem vseh filmov v celoti, z organiziranjem 1. Sejma popravil in okolju prijaznega načina življenja 5. In 6. oktobra 2017. Skupaj je bilo udeležencev, obiskovalcev tega sejma 170 in tudi po tem kazalniku smo presegle za 70% naša predvidevanja. Skupaj udeležnih 14 razstavljalcev.

#### ZAKLJUČEK

Menimo, da bi morali tako s kampanjo kot tudi s to obliko delo – sejmom popravil – nadaljevati, saj bi to zagotovilo kontinuiteto dela in pravi učinek.