

# ZŁOTE SPINACZE

## Charytatywny Musical Dingo

Musical Dingo to wyjątkowe charytatywne wydarzenie zrealizowane przez pracowników firmy UBS. Dzięki wielkiemu zaangażowaniu, pasji i zapałowi osób biorących udział, muzyczny spektakl odniósł wielki sukces, co pozwoliło na zakup protez dla trójki podopiecznych Fundacji Jaśka Meli Poza Horyzonty.

Czas realizacji: luty 2016 – luty 2017

---

### **I. Uzasadnienie zgłoszenia do kategorii konkursowej: Corporate Social Responsibility (kategoria główna)**

Musical to wydarzenie kulturalne, którego celem jest zebranie środków na kupno protez podopiecznym Fundacji Jaśka Meli Poza Horyzonty. Jest on całkowicie zrealizowany przez pracowników UBS, począwszy od wymyślenia scenariusza, poprzez napisanie tekstów, stworzenie kostiumów, na choreografii i promocji musicalu skończywszy. Musical jest elementem strategii CSR w UBS, konsekwentnie realizowanej od lat.

---

### **II. Wyzwanie: określenie problemu i celu/ów do zrealizowania / opis uwarunkowań zewnętrznych i/lub wewnętrznych / wyjaśnienie szczególnego kontekstu projektu / dostępne środki finansowe (budżet).**

Tworząc charytatywną inicjatywę w postaci corocznych musicali, misją, która nam przyświecała był szlachetny cel, ale także integracja naszych pracowników. Zgodnie ze strategią firmy w obszarze CSR chcieliśmy angażując naszych pracowników zrobić coś dobrego dla społeczności lokalnej. Dając naszym pracownikom możliwość tworzenia charytatywnego musicalu, zależało nam na tym, aby – poprzez pomoc innym – mogli odkryć w sobie nowe umiejętności i pasje. Dzięki zaangażowaniu w projekt społeczny, z którego dochód w całości przeznaczony był na nowe protezy dla osób z niepełnosprawnościami, pracownicy mieli realny wpływ na poprawę sytuacji wielu potrzebujących ludzi. Pośrednim celem było również pokazanie społecznej odpowiedzialności biznesu oraz rozbudowanych możliwości, które czekają na pracowników branży usług biznesowych.

---

### **III. Diagnoza: kluczowe obserwacje, które zdeterminowały obrany kierunek działań.**

Co 30 min w Polsce przeprowadzana jest amputacja kończyny, rocznie jest ich ok. 16 tysięcy. Koszty protez są bardzo wysokie

- kształtują się między 20 a 50 tysiącami zł, a NFZ dofinansowuje je jedynie na kwotę 5500 złotych. Te smutne dane liczbowe przyświecały stworzeniu cyklicznego projektu w postaci musicalu. Przygotowując projekt korzystaliśmy z ogólnodostępnych badań dotyczących siły działań CSR i ich wpływu na promowanie zaangażowania pracowników. Dodatkowo chcieliśmy zerwać ze stereotypem krążącym wokół pracy w branży usług biznesowych, który łączy ją z nudą i brakiem kreatywności. Podczas realizacji projektu ujawniła się silna potrzeba aktywizacji pracowników, a ich kreatywność może być rozwijana na wielu płaszczyznach. Możliwość zaangażowania w przygotowanie musicali od podstaw pozwoliła nam odkryć wiele nowych talentów
  - nie tylko artystycznych, ale również liderek.
- 

### **IV. Strategia: opis obranego podejścia komunikacyjnego, główna narracja (kluczowe przekazy), logika doboru głównych narzędzi i platform komunikacyjnych, spodziewane efekty (KPIs).**

Oddając w ręce pracowników-wolontariuszy długofalowy projekt charytatywny, przygotowywany wspólnie z Fundacją Poza Horyzonty, zależało nam na tym, aby zrealizowany był on wewnątrz na każdym etapie przygotowań. Sytuacja ta miała służyć dodatkowej integracji między pracownikami oraz rozwojem nowych kompetencji. Początkowo, musical był tworzony i wystawiany wyłącznie w Krakowie. W 2016 roku rozszerzyliśmy zasięg o drugie miasto, w którym mamy biuro – Wrocław.

W 2016 roku nasi pracownicy przygotowali autorski musical Dingo opowiadający historię mieszkańców Dzikiego Zachodu. Widzowie przenieśli się w klimat dzikiego zachodu, do saloonu, skąd dobiegły ich dźwięki znanych utworów w wykonaniu pracowników UBS. Oprawę muzyczną zapewnił zespół grający na żywo.

---

### **V. Realizacja: plan projektu ze szczególnym uwzględnieniem działań niestandardowych.**

Projekt został stworzony zgodnie z wewnętrzną strategią zaangażowania społecznego. Został on zainicjowany przez grupę pracowników UBS we współpracy z Fundacją Jaśka Meli Poza Horyzonty. Zaangażowani w przygotowywanie Musicalu wolontariusze to pracownicy naszej firmy – w dużej części bez wcześniejszego doświadczenia scenicznego lub artystycznego. Chęć bezinteresownej pomocy okazała się jednocześnie sposobem na rozwijanie nieznanych wcześniej umiejętności, które po kilku edycjach projektu przerodziły się w pasję. Wolontariusze z UBS byli zaangażowani w każdy aspekt produkcji musicalu – nie tylko jako artyści, tancerze, piosenkarze, ale także scenarzyści, dźwiękowcy czy twórcy scenografii.

Pracownicy odpowiedzialni byli również za makijaż i kostiumy dla artystów, a także wewnętrzną i zewnętrzną komunikację i promocję. Spektakl Dingo został profesjonalnie zarejestrowane. Wszystko to, aby przyczynić się do zmiany świata na lepsze i zgromadzić jak najwięcej środków na nowe protezy dla potrzebujących osób.

Musical został wystawiony w dwóch miastach, w których UBS ma swoje biura: Krakowie (Teatr Variété) i Wrocławiu (Teatr Muzyczny Capitol).

---

**VI. Wynik: uwiarygodniony i weryfikowalny opis zrealizowanych zamierzeń i celów.(W tym polu można wyjątkowo zamieszczać linki do źródeł, które odnoszą się wyłącznie do danych dokumentujących Projekt)**

Projekt na stałe wpisał się w coroczną mapę wydarzeń organizowanych przez pracowników UBS. Pierwsze trzy edycje Musicalu (2013, 2014, 2015) wystawione lokalnie w Krakowie okazały się tak dużym sukcesem, że w 2016 roku projekt zaprezentowaliśmy również we Wrocławiu.

Głównym wskaźnikiem wziętym pod uwagę przy realizacji projektu jest zwiększająca się z roku na rok liczba wolontariuszy chcących zaangażować się w jego produkcję oraz godzin, które bezinteresownie poświęcili na przygotowanie każdej edycji.

O sukcesie projektu świadczy również liczba sprzedawanych biletów na Musicale – w ostatniej edycji wzięło w nich udział 1500 widzów.

Efekty ostatniej edycji (Musical Dingo) w liczbach:

- 4 pokazy w dwóch miastach (ekspansja na kolejne miasto)
- 62 pracowników zaangażowanych w przygotowania
- 350 godzin prób
- 1500 widzów
- 400 sprzedanych płyt z musicalem
- 75 000 zł zebranych dla 3 beneficjentów

Dzięki ubiegłorocznej edycji naszym pracownikom udało się pomóc takiej samej liczbie beneficjentów co łącznie przez trzy poprzednie lata! Wynik ten pokazuje, że projekt rozwija się z roku na rok, a pracownicy planują pobić kolejne rekordy – od stycznia 2017 roku pracują już nad scenariuszem kolejnej edycji. Dodatkowo projekt pozytywnie wpłynął na atmosferę w firmie – pomógł w integracji pracowników oraz wzmocnił więzi pomiędzy zespołami. Pracownicy mogli rozwinąć swoje talenty, z których czasem nie zdawali sobie sprawy. W dłuższej perspektywie okazało się, że daje on dużą motywację do pracy i zwiększa przynależność pracowników do firmy.