

Название организации:

Благотворительный фонд помощи бездомным животным «НИКА»

Название Программы:

Фестиваль в пользу животных из приютов города Москвы «Woof»

Краткое описание Программы:

Проведение фестиваля «Woof» является современным способом привлечения внимания к проблеме бездомных животных в городе Москва. Программа направлена на воспитание бережного отношения к домашним животным, увеличение количества пристроивших животных из приютов в семьи и формирование положительного мнения о деятельности приютов. Семейная направленность фестиваля поможет заложить детям любовь к животным с раннего возраста. Участие телевизионных, творческих и медийных личностей привлечет большее количество жителей города к мероприятию, вовлечет их в благотворительные акции, направленные на помощь бездомным животным. Фестиваль - это возможность для более 100 собак и кошек из приютов найти свой дом. Кроме этого, публичные мероприятия такого уровня содействуют формированию новой городской среды, в которой комфортно живут и люди, и животные. Программа реализуется при поддержке государственных и коммерческих партнеров.

Срок реализации:

01.05.2017

Основные целевые аудитории и их значение для Программы:

<i>Целевая аудитория</i>	<i>Значение</i>
Волонтеры частных и муниципальных приютов города Москвы, 25-50 лет, 200 человек	Фестиваль стал площадкой для обмена опытом и информацией между волонтерами приютов, находящихся в разных районах Москвы и отличающихся внутренним управлением. Волонтеры смогли привлечь новых посетителей в приюты, получили консультационную помощь от зоопсихологов, кинологов, ветеринарных врачей, получили мотивационную поддержку, узнав, что население и государственные структуры города Москвы поддерживают и уважают их труд. Пристраивая животных на фестивале в новые семьи, волонтеры освобождают свои финансовые ресурсы и могут начать помогать новым подопечным собакам и кошкам из приютов. Без активного участия волонтеров в фестивале, организация, подготовка и его фактическое проведение невозможно, так как фестиваль требует больших затрат человеческих ресурсов. Волонтеры помогли в распространении информации, вели активную подготовку животных-участников фестиваля, получали разрешительную документацию от районных СББЖ на каждую отдельную собаку и кошку, участвовали в застройке и помогли при демонтаже.
Жители города Москвы, 0-65 лет, 7450 человек:	
Дети и подростки, 0-17 лет, 500 человек	Участие детей и подростков в школе

	<p>«Доброты», организованной при поддержке партнёра фестиваля бренда Purina, участие в мастер-классе «создание открыток с изображением животных своими руками». Для детей была организована эко-зона с детской площадкой и активностями. Фестиваль помог заложить детям любовь, доброту и сострадание по отношению к животным из приютов. Благодаря возможности близкого контакта детей и животных, удалось раскрыть бездомных собак и кошек с позитивной стороны и показать их готовность к домашней жизни, даже в семьях с маленькими детьми.</p>
<p>Молодежь и студенты, 18-30 лет, 2700 человек</p>	<p>Участие в фестивале молодёжи разных современных культур, активное ими посещение зон маркета и фудкорта. Именно данная возрастная категория активнее других участвовала в сборе подарков для приютов города Москвы, а также взяла более половины пристроенных животных на фестивале. Благодаря большому интересу к мероприятию со стороны данной аудитории удалось сформировать имидж фестиваля как стильный, молодежный и современный. Фестиваль информировал данную аудиторию о возможностях волонтерской помощи в приютах города Москвы, познакомил с представителями приютов, показал бездомных животных с совершенно новой стороны, мотивировал желание брать животных из приютов и активно участвовать в жизни приютов.</p>
<p>Взрослые работающие люди, 30-60 лет, 3750 человек</p>	<p>Данная категория посетителей представляет целевое ядро и является самой массовой, что указывает на повышенный интерес к благотворительности в сфере бездомных животных. Большая часть пожертвований во время фестиваля поступила от данной возрастной категории. Активное посещение различных зон, в том числе зон маркета и фудкорта, общение с волонтерами, интерес к проекту по строительству Центра «Мокрый нос», а также посетители делились с организаторами профессиональными идеями, направленными на улучшение функционирования приютов в целом, активно брали животных на фестивале домой. Фестиваль сформировал положительное мнение о деятельности приютов, повысил информированность о возможности взять домашнее животное из приютов, проявив милосердие, а не покупать, познакомил жителей города с представителями приютов Москвы, которые рассказали о возможностях волонтерства в каждом отдельном приюте и</p>

	районе города.
Пенсионеры, 55-65 лет, 450 человек	Посещение фестиваля вовлекает в социально-активную жизнь данную категорию граждан. Также, приходя на мероприятие, многие пенсионеры принимали участие в сборе кормов для животных, внося посильный вклад в это доброе дело.
Жители других регионов РФ, 30-40 лет, 50 человек	Участие в фестивале способствует распространению позитивного опыта проведения подобных мероприятий в других регионах страны. Фестиваль стал площадкой для обмена опытом в том числе между волонтерами разных регионов, которые заранее запланировали свой приезд в Москву, с целью перенятия опыта и проведения похожих мероприятий в своих городах.
Юридические лица, партнёры мероприятия, организации, деятельность которых связана с животными, 20	Фестиваль стал большой площадкой для компаний-партнеров для презентации продукции или деятельности компании потенциально заинтересованной аудитории (люди с активной жизненной позицией, социально вовлеченные люди, семьи с детьми, владельцы домашних животных), а также возможностью привлечения сотрудников компании к социально-активному времяпрепровождению. Участие партнеров в мероприятии обеспечило поддержку людям, забирающим животных с фестиваля. Так, например, все новоиспеченные хозяева получали важные и нужные подарки (запас корма, лежанка, миска, переноска, сертификат на бесплатное посещение вет. врача, угощения, профилактические вет. препараты, скидочные карты зоомагазинов, сертификаты на курс дрессировки для собак и др.). Благодаря чему компаниям-партнерам удалось сформировать положительный имидж и закрепить за собой статус компании, ведущих социально-ответственный бизнес.

В каких округах города Москвы была проведена работа:

Информационное освещение фестиваля прошло на территории всей Москвы.

ОТЧЕТ
о выполнении условий, целей и порядка использования
ранее предоставленной части субсидии
 по состоянию на 31 марта 2017 г.

Основные результаты, достигнутые в отчетный период:

А. Количественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Количественное измерение показателя</i>
Жители Москвы и регионов, посетившие фестиваль 25 и 26 марта Измерение проходило два дня при помощи счётчика посетителей, установленного на главный вход	7450 человек (Дети и подростки ~ 500, Молодежь и студенты ~ 2700, Взрослые работающие люди ~ 3750, Пенсионеры ~ 450, Жители регионов ~ 50) Для сравнения: похожий фестиваль в прошлом году посетили 3000 человек.
Животные, нашедшие дом на фестивале (пристроено во время фестиваля)	28 собак из частных и муниципальных приютов Москвы и области, от частных кураторов, 81 кошка из частных и муниципальных приютов Москвы и области, от частных кураторов Для сравнения: на прошлом фестивале пристроилось всего 16 собак и 55 кошек.
Подарки для приютов-участников фестиваля, принесенные посетителями мероприятия	684 килограмм сухого и влажного корма для собак и кошек, 55 кг наполнителя для кошачьих лотков, а также амуниция, миски, вет. препараты Для сравнения: на прошлом фестивале было собрано порядка 350 кг. корма для приютов.
Благотворительные пожертвования, собранные в благотворительных ящиках фонда-организатора	246 тыс. рублей Для сравнения: на прошлом фестивале собрано 120 тыс. рублей
Волонтеры, вовлеченные в подготовку и проведение мероприятия	22 человека, в основном молодые люди-студенты до 25 лет. Для сравнения: на прошлом фестивале вовлечено 13 волонтеров в работу.
Участники фестиваля, со стороны частных и муниципальных приютов, фондов, команд помощи и частных кураторов	25 частных и муниципальных приютов, 6 команд помощи, 12 частных кураторов
Юридические лица, партнёры мероприятия, в том числе участники маркета и фуд-зоны фестиваля	26 организаций (крупнейшие партнёры: Purina, Ave Buro, Биоконтроль, ООО Альпинтех, Veaphar)
Размещение пресс-релизов в прессе и на интернет-ресурсах	90 публикаций в СМИ, в соц.сетях медийных личностей, а также более 400 публикаций от участников фестиваля
Публикации в прессе по результатам фестиваля	21 публикация в СМИ

Б. Качественные показатели:

<i>Наименование показателя</i>	<i>Качественное измерение показателя</i>
--------------------------------	--

<p>Понижение количества возвратов пристроенных на фестивале животных</p>	<p>Количество возвратов пристроенных животных на фестивале снизилось до 2%, по сравнению с прошлогодними 8%, благодаря тщательно проработанной системе отдачи животного новому хозяину (собеседование с опекуном, собеседование с зоопсихологом, который дает необходимые советы по адаптации животного в первые дни пребывания в доме)</p>
<p>Повышения уровня информированности жителей города Москвы и Московской области о проблемах бездомных животных и жизни животных в приютах</p>	<p>Количество заинтересованных проблемой граждан возросло, что можно отследить по увеличению посетителей фестиваля – 7450 человек по сравнению с 3000 человек в октябре 2016 года, что составляет более 60%.</p>
<p>Увеличение количества положительных публикаций в СМИ с освещением темы бездомных животных, фестиваля «Woof» в поддержку данной проблемы</p>	<p>Более 110 положительных публикаций о предстоящем мероприятии и по его результатам в СМИ, а также в соц.сетях медийных личностей увеличивают позитивное восприятие информации, связанной с бездомными животными. По сравнению с фестивалем в 2016 году количество положительных публикаций увеличилось более чем на 55%.</p>
<p>Динамика вовлеченности детей в мастер-классы, рассчитанные на возрастную категорию от 3 до 12 лет</p>	<p>17% от всех участников фестиваля в возрасте от 0 до 17 лет приняли участие в мастер-классах от партнера фестиваля бренда PURINA проведенных под названием «Уроки доброты», которые помогают заложить детям любовь и сострадание по отношению к животным из приютов.</p>
<p>Увеличение заинтересованности горожан возможностью волонтерства и помощи животным в приютах г. Москвы</p>	<p>Благодаря формированию положительного отношения к приютам, а также к животным, находящимся в них, удалось заинтересовать население проблемой. Анализ показал, что более 20% посетителей интересовались наличием приютов в их округах, возможностью посещения и помощи животным.</p>