



## 2010 – Európsky rok boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu

### Názov práce:

2010 – Európsky rok boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu

### Prihlasovateľ:

SEESAME Communication Experts

### Kategória:

Community Relations a Internal Communication

### Súhlas klienta:

Partneri Európskeho roka boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu súhlasia so zaradením projektu do súťaže.

### Kontaktná osoba:

Viktor Škulec, [skulec@seesame.com](mailto:skulec@seesame.com), +421 2 43 42 29 78

### Zhrnutie projektu

Európska komisia (EK) každoročne vyberá tému pre celoeurópsku kampaň, ktorej cieľom je **zvyšovanie povedomia verejnosti a sústredenie pozornosti vlád členských štátov na špecifické problémy**. Chudobu a sociálne vylúčenie EK považuje za mimoriadne závažné problémy dnešnej Európy, aj preto sa rok 2010 rozhodla vyhlásiť za **Európsky rok boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu (ER 2010)**.

Na Slovensku bola kampaň realizovaná Zastúpením EK na Slovensku, Ministerstvom práce, sociálnych vecí a rodiny (MPSVaR), Fondom sociálneho rozvoja (FSR) a agentúrou Seesame, ktorá pôsobila ako komunikačný konzultant. Našou úlohou bolo **riadiť komunikáciu ER 2010, byť styčným bodom ER 2010 pre médiá, vyhľadávať komunikačné príležitosti a podieľať sa na organizácii vybraných aktivít kampane**.



Projekt je výnimočný **extenzívnym rozsahom**. Vďaka dôkladnej príprave, stratégii, exekutíve a cez vynikajúcu spoluprácu s partnermi sme úspešne realizovali desiatky plánovaných aktivít. Citlivým výberom aktivít sme upriamili pozornosť verejnosti na **okrajové témy**, akými chudoba a sociálne vylúčenie určite sú, o čom svedčia aj merania počtu zmienok. Naše posolstvá tak boli doručené **rôznorodým cieľovým skupinám**, ktorými bol tento projekt špecifický.

### Komunikačné príležitosti a riziká, ktoré projekt riešil

Veľkú pozornosť sme venovali **identifikácii cieľových skupín**, ktoré boli vzhľadom na tematickú diverzitu **veľmi rôznorodé**. Na základe toho sme boli schopní zvolit vhodný messaging a prístupy. Vychádzali sme z toho, že témy ako **chudoba a sociálne vylúčenie sú na Slovensku dlhodobo na pokraji záujmu novinárov a médií**, téma je pomerne **zložitá a ťažko uchopiteľná**. Úskalím bola aj nezorientovanosť novinárov v téme. Média väčšinou zaujímal spravodajský moment, **obsah chýbal**, preto sme sa ho rozhodli priniesť.

Aby sme pritiahli záujem, komunikáciu kampane sme viedli **dvomi smermi – spravodajská línia a emočná línia**. Spravodajská rovina bola postavená najmä na **štatistických zisteniach** európskych: „Každý šiesty Európan žije v chudobe,“ prípadne lokálnych: „Tretinu našich bezdomovcov tvoria odchovanci detských domovov.“

Vzhľadom na náročnosť témy sme sa však sústredili na emočnú líniu, teda priniesť tému do médií jednoduchším jazykom – cez emócie a **príbichy ľudí**, ktorí chudobu či sociálne vylúčenie okúsili na vlastnej koži. Podľa toho sme vytvárali posolstvá. Príkladom je zážitková tlačová konferencia s ministerkou práce v útulku pre bezdomovcov, ktorí sedeli celý čas medzi novinármi. Zámerom bolo **vzbudiť emócie, empatiu, propagovať solidaritu a pocit spolupatričnosti**.



Tvárami kampane boli známe osobnosti, ktoré mali k téme blízko. Vladimír Sendrei, aktivista a hudobník, bol jednou z nich.



### Informácia o výskumoch, realizovaných pred uskutočnením projektu

Zameranie ER 2010 vychádzalo zo štatistických zistení Eurosilc, Eurostat a Eurobarometer, podľa ktorých takmer 80 miliónov Európanov (teda **17 % obyvateľov EÚ**) žije v súčasnosti **pod hranicou chudoby**. Zatiaľ čo väčšina ľudí si myslí, že za opatrenia proti chudobe je primárne zodpovedná ich vláda, **74 % obyvateľov očakáva, že dôležitú úlohu bude zohrávať aj EÚ**.

### Vysvetlenie zvoleného strategického postupu

Cieľom bolo **zasiahnuť nielen širokú verejnosť, ale aj veľmi rôznorodé a špecifické cieľové skupiny**. Veľmi citlivo sme preto vybrali všetky aktivity, posolstvá, podujatia, aj osobnosti, ktoré myšlienky ER 2010 šíri. Sústredili sme sa na naplnenie základných cieľov kampane – **zvýšiť všeobecné povedomie spoločnosti o chudobe a sociálnom vylúčení**, ale aj **vzbudiť emócie, propagovať solidaritu a pocit spolupatričnosti**.



Desiatky ľudí bežali košický maratón vo farbách kampane.

## Popis realizovaných fáz a aktivít projektu

### Prípravná fáza

Cieľom úvodnej fázy bolo teda vytvoriť **detailný program kampane**. Komunikáciu sme postavili na dvoch pilieroch – **spravodajský moment a emócie**. Definovali sme si cieľové skupiny, posolstvá, vybrali ich nositeľov – **ambasádorov kampane a podujatia**, ktorých sa ER 2010 zúčastnil. Zo začiatku bolo kľúčové prepojiť podujatia ER 2010 a 11 ambasádorov. Kládli sme dôraz najmä na to, aby sme vždy zvolili model, ktorý bude pútať najväčšiu pozornosť verejnosti a samozrejme médií.

### Ambasádori ER 2010

Dušou projektu boli ambasádori ER 2010 – **11 osobností** z rôznych sfér spoločenského života. Stali sa tvármi kampane, v rámci ktorej **bez nároku na odmenu** cestovali po celom Slovensku, aby **šírili posolstvá ER 2010** na rôznych podujatiach. V tejto skupine boli zastúpení ľudia, ktorí chudobu či sociálne vylúčenie zažili a známe osobnosti, ľudia ktorí majú k témam ER 2010 blízko, ale aj ľudia, ktorí svoj pracovný život zasvätili boju proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu. Spomedzi všetkých spomenieme Antona Srholca, Dorotu Nvotovú, Vladimíra Sendreia, paralympioničku Veroniku Vadovičovou či šéfredaktorku Nota Bene Sandru Tordovú.

### Podujatia ER 2010

Počas roka 2010 bolo v súvislosti s kampaňou zorganizovaných **16 rôznych aktivít** a športových, kultúrnych a odborných podujatí pre rôzne cieľové skupiny. Na podujatiach kampane bol vždy prítomný

niektorý z ambasádorov, ktorý sa v nejakej forme do podujatia zapojil.

Európsky rok odštartoval marcovou **Otváracou konferenciou**, kde sa stretlo 120 kľúčových aktérov z oblasti boja proti chudobe a sociálneho vylúčenia, zástupcov vlády, EK a mimovládnych organizácií. Počas roka sa **kampaň partnersky pripojila a podporila podujatia** ako hudobný festival BUM 2010, Školskú paralympiádu žiakov základných škôl, študentský workshop o chudobe, priame prenosy opery Carmen z Valencie v Prešove a Martine, filmový festival Art Film Fest, hudobný festival Pohoda, rómsky festival Balvafest v Kokave nad Rimavicou, futbalový turnaj bezdomovcov v Košiciach, odborný seminár o Rómoch v Spišskej Kapitule, či vylepovanie informačných nálepiek pre bezdomovcov na košické smetiaky.

Jednou z najviditeľnejších aktivít bol októbrový **Medzinárodný maratón mieru**, kde bol ER 2010 jedným z hlavných partnerov. Okrem toho sa na štart MMM postavilo 60 ľudí v dresoch kampane – sociálni pracovníci, bezdomovci, štátna tajomníčka Ministerstva práce, sociálnych vecí a rodiny SR Lucia Nicholsonová, ale aj náhodní okoloidúci, ktorí sa rozhodli podporiť dobrú myšlienku. Európsky rok uzavrela **Záverečná konferencia ER 2010**, ktorej sa zúčastnili dve stovky kľúčových aktérov spomedzi mimovládnych organizácií, **premiérka Iveta Radičová, zástupcovia EK, vedúca zastúpenia EK na Slovensku Andrea Elscheková-Matisová, štátna tajomníčka MPSVaR Lucia Nicholsonová**. Konferencia zhodnotila ER 2010, aj úspešný koncept národných ambasádorov.

## Dosiahnuté výsledky



**Projekt sa práve nachádza vo fáze zhodnocovania, preto ešte neexistujú presné porovnania a výsledky.** Napriek tomu už v tejto chvíli vieme, že projekt bol na Slovensku **úspešný**. Aj vďaka **výbornej spolupráci skupiny partnerov** sa na Slovensku podarilo zrealizovať všetky plánované podujatia, čo sa prejavilo významným mediálnym pokrytím kampane ER 2010 a jej tém. Počet zmienok ER 2010 za celý rok dosiahol hodnotu 772 výstupov, čo predstavuje **mesačný priemer 64 mediálnych výstupov**. Téma chudoby zaznamenala **30-percentný nárast v zmienkach oproti roku 2009** a téma sociálneho vylúčenia až **260 % oproti roku 2009**.

