

**OLAF
& MCA
TEER**

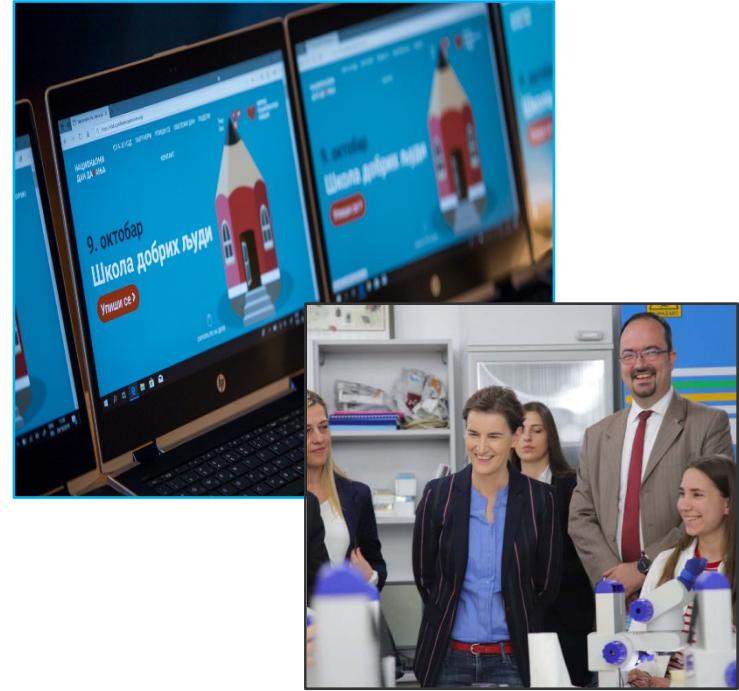
NACIONALNI DAN DAVANJA 2020

Plan komunikacija

**NACIONALNI
DAN DA♥ANJA**

Nacionalni dan davanja 2020

- **Nacionalni dan davanja** ustanovljen je kao krovni događaj za filantropiju u Srbiji na inicijativu Srpskog filantropskog foruma, a pod pokroviteljstvom predsednice Vlade Republike Srbije. Prvi put je obeležen 2018. godine, **9. oktobra**, na dan rođenja **Mihajla Pupina**, velikog srpskog inovatora i filantropa.
- Svake godine, kampanja povodom Nacionalnog dana davanja usmerena je ka određenoj temi koja je značajna za razvoj društva i filantropije u Srbiji. Prethodnih godina, fokus je bio na obrazovanju, te su prikupljena sredstva za IS Petnica, kao i za nabavku inovativnih nastavnih sredstava za osnovne škole.
- Ove godine, **tema** Nacionalnog dana davanja je **unapređenje pristupačnosti za osobe sa invaliditetom**.



**NACIONALNI
DAN DAHANJA**

Osobe sa invaliditetom u Srbiji

- U Srbiji ne postoje precizni podaci o broju osoba sa invaliditetom, ali prema nekim istraživanjima, procenjuje se da taj broj varira između **700 i 800 hiljada građana**.
- Osobe sa invaliditetom u Srbiji suočavaju se sa nizom problema koji im onemogućavaju aktivno učešće u društvu: diskriminacija, nemogućnost obrazovanja i zapošljavanja, i drugo.
- Jedan od značajnih problema jeste problem **pristupačnosti**, koji podrazumeva da osobama sa invaliditetom često nije omogućen pristup javnim institucijama (zdravstvenim, kulturnim, obrazovnim), stambenim i poslovnim objektima, gradskom prevozu, sistemu informisanja, što otežava njihovu potpunu integraciju u društvene tokove.



NACIONALNI DAN DAVANJA 2020

Strategija komunikacije

Ciljevi kampanje



Podizanje svesti javnosti o problemima sa kojima se suočavaju osobe sa invaliditetom, uz fokus na problem pristupačnosti

Ohrabrvanje i motivisanje pojedinaca da se priključe kampanji i iniciraju unapređenje pristupačnosti za osobe sa invaliditetom u svom okruženju

Prikupljanje sredstava za projekte unapređenja pristupačnosti za osobe sa invaliditetom

Zagovaranje za promenu i unapređenje implementacije postojeće **regulative**

Ciljne grupe

U okviru kampanje povodom Nacionalnog dana davanja, definisane su sledeće **ciljne grupe**:



Donosioци оdluka



Osobe sa invaliditetom



Mediji



Influenseri



Грађани Србије – ѕира јавност, свако ко у свом окruženju може да направи pozitivnu promenu u okviru ove kampanje



Ključne poruke

Nacionalni dan davanja

O Nacionalnom danu davanja:

- Nacionalni dan davanja je ključni događaj za filantropiju u Srbiji;
- Ustanovljen je 2018. godine, na inicijativu Srpskog filantropskog foruma, a pod pokroviteljstvom predsednice Vlade Republike Srbije;
- Nacionalni dan davanja obeležava se 9. oktobra, na dan rođenja Mihajla Pupina;
- Ovogodišnji Nacionalni dan davanja bavi se temom unapređenja pristupačnosti za osobe sa invaliditetom.
- Učestvuj u ovogodišnjoj kampanji – pošalji SMS na 4540 i doniraj za XY projekat za unapređenje pristupačnosti za osobe sa invaliditetom.
- Nacionalni dan davanja poziva sve građane da učestvuju u ovogodišnjoj kampanji i da u svom okruženju budu pokretač pozitivnih promena koje će dovesti da unapređenja pristupačnosti za osobe sa invaliditetom.

NACIONALNI
DAN DA[♥]ANJA

Ključne poruke

Osobe sa invaliditetom

- U Republici Srbiji nije precizno utvrđen broj osoba sa invaliditetom. Prema procenama Evropske agencije za rekonstrukciju iz 2006. godine, u Srbiji živi između 700 i 800 hiljada osoba sa invaliditetom;
- Najveći procenat je onih koji imaju problema sa kretanjem. Pored toga, osobe sa invaliditetom podrazumevaju i slepe, slabovide, osobe sa oštećenjem sluha i osobe sa smetnjama u razvoju.
- Posmatrano prema polu, veći je broj žena sa invaliditetom (58,2%) nego muškaraca
- Osobe sa invaliditetom su jedna od najugroženijih grupa stanovništva što se tiče stope siromaštva, kao i rizika od siromaštva.
- Osobe sa invaliditetom se u Srbiji suočavaju sa diskriminacijom, nedostupnošću obrazovanja i zaposlenja, nedovoljno razvijenom inkluzijom, kao i fizičkom i informacionom nepristupačnošću.



Ključne poruke

Pristupačnost za osobe sa invaliditetom

- Pristupačnost se povezuje sa terminom "Univerzalni dizajn", koji podrazumeva pristupačnost svim ljudima, bez obzira na to da li imaju invaliditet ili ne.
- Bez obzira na postojeću regulativu, osobe sa invaliditetom se i dalje suočavaju sa preprekama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti, prilikom kretanja, korišćenja prevoza, ulaska i kretanja kroz različite javne, poslovne i stambene objekte, čime im se u izvesnoj meri onemogućava uključivanje u društvo.
- Podaci iz Izveštaja o pristupačnosti poslovnih zgrada državnih organa osobama sa invaliditetom pokazuju da od 23 državna organa u kojima je proveravana pristupačnost, samo tri u potpunosti zadovoljavaju standarde pristupačnosti.
- Veliki problem je nepristupačnost saobraćajnica i javnih površina – visoki ivičnjaci, nepristupačnost gradskog prevoza, nedostatak taktilnih traka, zvučnih semafora i slično, onemogućava nesmetano kretanje osoba sa invaliditetom.



Narativ kampanje

- U toku ovogodišnje kampanje, narativ će biti u potpunosti prilagođen definisanoj temi, poštujući **korektnu upotrebu jezika** koji se odnosi na pripadnike marginalizovanih društvenih grupa.
- Svi komunikacioni materijali biće u skladu sa **socijalnim pristupom invaliditetu** koji, pored medicinskih, obuhvata i socijalne, psihološke i druge faktore od uticaja na položaj osoba sa invaliditetom. Socijalni model stavlja akcenat na samu ličnost i njene potencijale, a invaliditet tretira samo kao jednu od mogućih karakteristika.
- Upotreba socijalnog modela je u skladu sa Konvencijom o pravima osoba sa invaliditetom, i predstavlja **osnov za poboljšanje položaja osoba sa invaliditetom u praksi**.
- Pored toga, svi materijali (vebsajt, video) i događaji u okviru ove kampanje biće potpuno prilagođeni pravilima pristupačnosti, kako bi sve osobe sa invaliditetom mogle ravnoopravno da učestvuju u njoj.



Slogan

Ključna poruka kampanje jeste da je potrebno stvoriti inkluzivno društvo koje svima pruža jednake mogućnosti. Društvo u kome se svi zajedno borimo za jednaka prava, i zalažemo za uklanjanje barijera. Društvo koje neguje i ohrabruje različitosti. Zbog toga, predlažemo da **slogan** ovogodišnje kampanje bude:

**JEDNAKOST
BEZ
BARIJERA**

Krovni vizual

Predlog 1

- Igra sa tipografijom. Jednostavan, čist, upečatljiv vizuel u kome je fokus na poruci uz simbolično provlačenje znaka jednakosti.



Krovni vizual

Predlog 2

- Uklanjamo barijere i pretvaramo ih u znak jednakosti. Stvaramo društvo bez barijera, jednako za sve.



Krovni vizual

Predlog 3

- Čovek sa raširenim rukama predstavlja znak za pristupačnost, a u našem vizualu dobija vrednost više – znak jednakosti koja upućuje na to da je pristupačnost jednaka za sve i simbolizuje zajednički prolazak kroz prepreku.



Krovni vizual

Predlog 4

- Vizual koji stavlja fokus na jednakost i ravnopravnost. Znak jednakosti sačinjen od puzli koje su vidno različite, a uklopljive. Svi smo različiti, a ravnopravni delovi jedne celine.



NACIONALNI
DAN DA♥ANJA

JEDNAKOST
BEZ BARIJERA



9. oktobar



NACIONALNI
DAN DA♥ANJA

JEDNAKOST
BEZ BARIJERA



9. oktobar



Krovni vizual

Predlog 5

- Fokus je na ljudima koji su povezani, umreženi, različiti, a svi u istoj ravni.



Krovni vizual

Predlog 6

- Otvaramo vrata, uklanjamo barijere, formirajući znak jednakosti i time stvaramo isti prolaz za sve.



Vremenski tok kampanje

Aktivnosti u okviru kampanje povodom Nacionalnog dana davanja 2020 će početi 9. septembra i trajati do sredine oktobra, kroz četiri faze. Imajući u vidu trenutne okolnosti, postoji mogućnost izmena u okviru sadašnjeg plana kampanje.



MESEC PRISTUPAČNOSTI

Mesec pristupačnosti – osnove komunikacije

- Kampanja povodom Nacionalnog dana davanja će početi **9. septembra** i trajati do obeležavanja Nacionalnog dana davanja, 9. oktobra. U skladu sa ovogodišnjom temom, predlažemo da period trajanja kampanje bude obeležen kao **Mesec pristupačnosti**.
- Kampanja će započeti panel diskusijom **Život bez barijera**, a sam tok kampanje biće zasnovan na:
 - **PR aktivnostima** – na osnovu izgrađenih odnosa sa medijima u toku prošlogodišnje kampanje, a u skladu sa medijskim prostorom koji nam bude na raspolaganju, predlažemo kombinaciju različitih PR alata kako bi što veći broj pripadnika ciljne grupe bio targetiran.
 - **Aktivnostima na društvenim mrežama** – aktivnosti na društvenim mrežama će obuhvatiti kreiranje objava (foto i video materijala) na NDD društvenim mrežama.
 - **Saradnji sa influenserima** – influensi su važni članovi digitalne zajednice, čiji sadržaj prati veliki broj građana. Saradnjom sa njima na početku kampanje, ključne poruke će biti prenete širokoj ciljnoj grupi.
 - **OOH oglašavanju** – postavljanje bilborda, postera i drugih promotivnih materijala u skladu sa mogućnostima i raspoloživim prostorom obezbeđenim od strane donatora.

Panel diskusija – Život bez barijera

- Početkom kampanje povodom Nacionalnog dana davanja, 9. septembra, predlažemo organizaciju panel diskusije pod nazivom **Život bez barijera**.
- Panel diskusija će imati za **cilj** da najavi temu Nacionalnog dana davanja, ali i da ukaže na važne podatke i rezultate istraživanja koji su prikazani u okviru Strategije za unapređenje položaja osoba sa invaliditetom u Srbiji.
- Učesnici panela:
 - Predstavnik Srpskog filantropskog foruma
 - Predstavnik Ministarstva za rad, zapošljavanje, boračka i socijalna pitanja
 - Predstavnik USAID-a
 - Predstavnici organizacija i udruženja osoba sa invaliditetom (Nacionalna organizacija osoba sa invaliditetom – NOOIS)
- Panel diskusija će biti praćena pripremom i distribucijom saopštenja za medije.
- U zavisnosti od razvoja aktuelne situacije, naknadno će biti utvrđeno da li će se panel diskusija održati u formi fizičkog događaja ili onlajn panela.

PR aktivnosti

Tokom trajanja kampanje, biće korišćeni tradicionalni PR alati u skladu sa obezbeđenim medijskim prostorom na osnovu izgrađenih odnosa sa medijima tokom prošlogodišnje kampanje. Sledeći PR alati će biti korišćeni za postizanje definisanih ciljeva:



INTERVJUI

Predlažemo plasiranje intervju sa Veranom Matićem, izvršnim direktorom Srpskog filantropskog foruma, koji bi u početnoj fazi kampanje predstavio temu Nacionalnog dana davanja i planirane aktivnosti.



TV I RADIO GOSTOVANJA

Tokom kampanje, potrebno je ugovoriti TV i radio gostovanja kojima bi prisustvovali predstavnici Srpskog filantropskog foruma i Koalicije za dobročinstvo, kao i predstavnici organizacija i udruženja osoba sa invaliditetom.



AUTORSKI TEKSTOVI

U skladu sa raspoloživim medijskim prostorom, predlažemo plasiranje autorskih tekstova osoba sa invaliditetom koje žive u Srbiji. Kroz ove tekstove bi bili predstavljeni ključni problemi osoba sa invaliditetom, iz perspektive osobe koja se sa njima svakodnevno suočava.

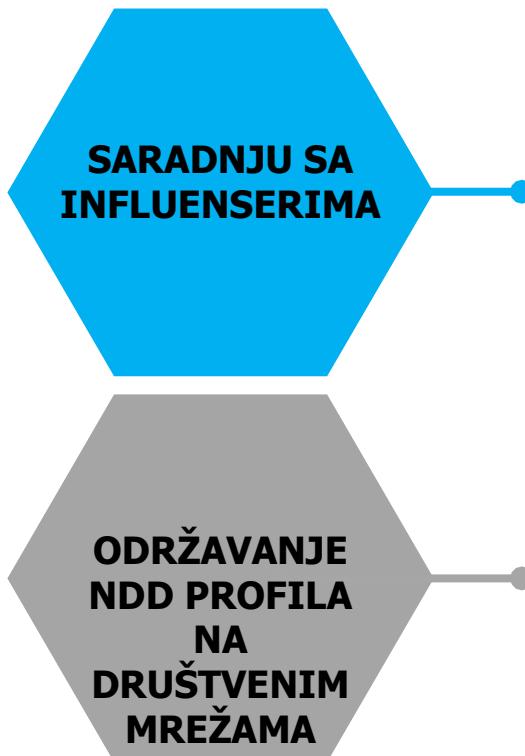


NATIVE TEKSTOVI

Native tekstovi na temu osoba sa invaliditetom i pristupačnosti u Srbiji bili bi plasirani na početku kampanje, u cilju podizanja svesti o ovoj temi.

Aktivnosti na društvenim mrežama

- Da bi se postigli definisani ciljevi i targetirao što veći broj pripadnika ciljne grupe, kontinuirano prisustvo na društvenim mrežama je neophodno. U okviru ovogodišnje kampanje, aktivnosti na društvenim mrežama će obuhvatiti:



Saradnja sa influenserima podrazumeva uspostavljanje neplaćenih partnerstava. Influensi imaju široku publiku na društvenim mrežama uz poseban fokus na mlade, te saradnja sa njima omogućava informisanje velikog broja pripadnika ciljne grupe.

Kao i prethodnih godina, kampanja na društvenim mrežama podrazumeva kreiranje materijala (video, fotografije, vizuali) i objava na društvenim mrežama uz adekvatno sponzorisanje u cilju targetiranja pripadnika ciljne grupe.

Saradnja sa influenserima

Šta tebe ograničava?

- U okviru kampanje povodom Nacionalnog dana davanja, predlažemo uspostavljanje **neplaćene saradnje sa influenserima**.
- Ovaj vid saradnje podrazumeva kreiranje serije vizuala prilagođenih formatu Instagram Storija, pod nazivom **Šta tebe ograničava?**
- **Vizuali** bi predstavljali uporedni prikaz osoba sa invaliditetom i bez invaliditeta u obavljanju svakodnevnih aktivnosti (odlazak na fakultet, praćenje televijskog programa, pretraživanje Interneta, čitanje novina...), dok bi poslednji vizual predstavljao infografik sa ključnim informacijama i statistikama koje se vezuju za osobe sa invaliditetom.
- Ovaj set vizuala bio bi distribuiran širokoj listi influensera, praćen dopisom u kome je predstavljen koncept Nacionalnog dana davanja 2020, ključne informacije i cilj kampanje, uz poziv da pripremljene materijale podele sa svojim pratiocima i na taj način učestvuju u kampanji.



Aktivnosti na društvenim mrežama

Video materijali

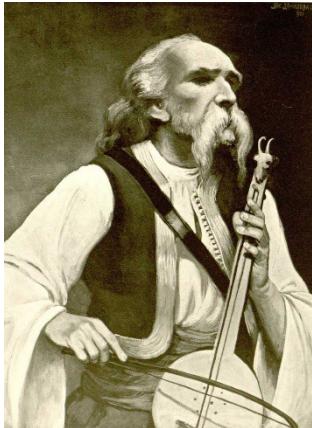
U okviru kampanje povodom Nacionalnog dana davanja, predlažemo kreiranje dve vrste video materijala:

- **Informativni animirani video** – ovaj kratak video (trajanja do jednog minuta), trebalo bi da kroz animirani sadržaj predstavi osobe sa invaliditetom u Srbiji i njihov položaj, postojeće statističke podatke i potrebu za unapređenjem pristupačnosti. Video bi bio plasiran na samom početku kampanje, kako bi ciljnu javnost upoznao sa suštinom ovogodišnje teme.
- **Serijska video "Šta tebe ograničava?"** – Cilj ove kampanje je upoznati javnost sa problemima sa kojima se osobe sa invaliditetom susreću, izazvati empatiju i potrebu da se svaki pojedinac uključi i doprinese na svoj način. Iz tog razloga, verujemo da će osobe sa invaliditetom same najbolje preneti svoja iskustva, te zato predlažemo kreiranje serije videa (30 sec – 1 min) u formi svedočenja osoba sa invaliditetom. Jedan video će prikazivati jednu osobu, a ideja je da serija videa obuhvati predstavnike svih kategorija osoba sa invaliditetom koje su u mogućnosti da učestvuju u kampanji. Svako od sagovornika će dati primer situacija u kojima se suočio/la sa preprekama u obavljanju svakodnevnih aktivnosti usled neodgovarajuće pristupačnosti. Na kraju videa, postavlja se efektno pitanje – Šta tebe ograničava?

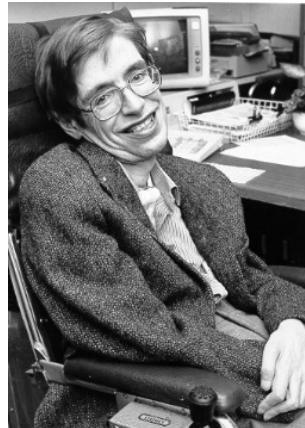
Aktivnosti na društvenim mrežama

Osobe sa invaliditetom koje su promenile svet

- Istorija nauke i kulture bogata je primerima osoba sa invaliditetom koje su, uprkos invaliditetu, svojim talentom promenile svet i doprinele razvoju društva. U okviru ovogodišnje kampanje, želimo da njihove priče ispričamo putem društvenih mreža, i na taj način pokažemo da osobe sa invaliditetom mogu i treba da budu punopravni članovi društva.
- Neki od njih su:



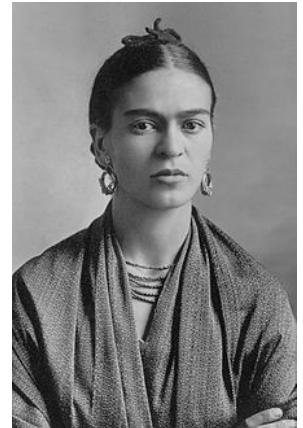
Filip Višnjić



Stiven Hoking



Betoven

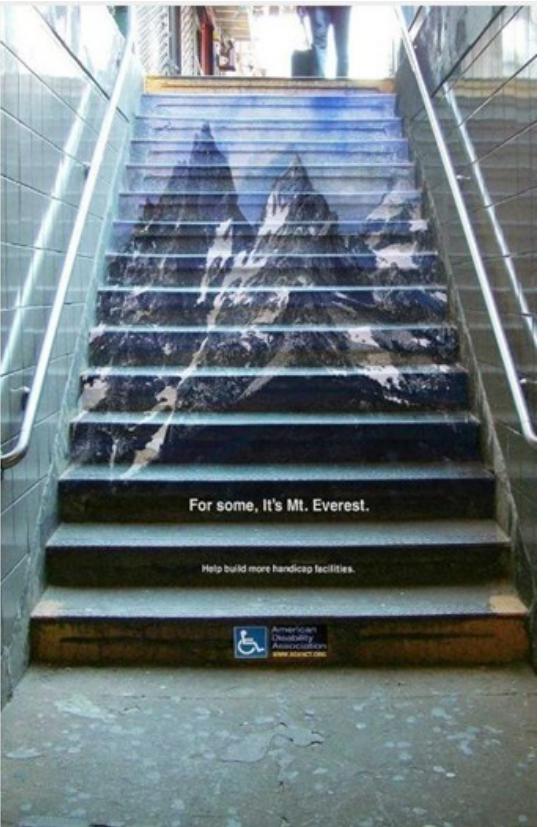


Frida Kalo



Stivi Vonder

I još nekoliko ideja...



Obeležavanje stepenica u tržnom centru, podezmnom prolazu ili na drugim javnim mestima, ispisom "Za neke, ovo je nesavladiva barijera"



Obeležavanje liftova vizualom Nacionalnog dana davanja, uz poruku "Ustupi svoje mesto osobama sa invaliditetom"

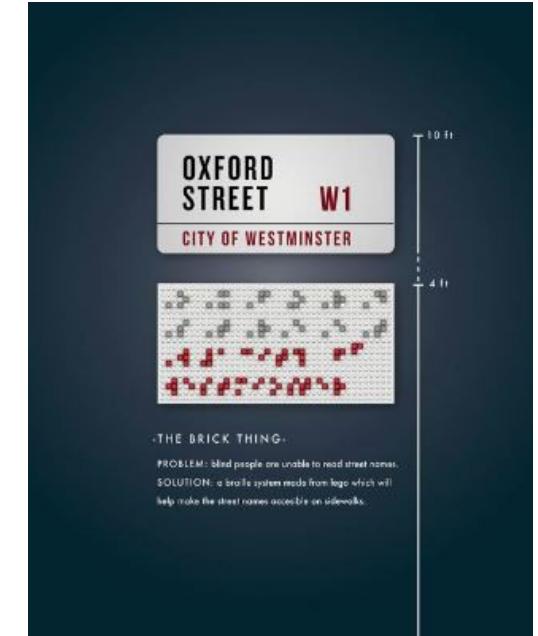


Obeležavanje parking mesta za osobe sa invaliditetom vizualom na kome je prikazana osoba sa invaliditetom uz poruku: "Molim te, parkiraj na drugom mestu i budi srećan što ovo mesto nije namenjeno tebi"

OBELEŽAVANJE NACIONALNOG DANA DAVANJA 9. oktobar

Obeležavanje Nacionalnog dana davanja 2020

- Nacionalni dan davanja tradicionalno će biti obeležen **9. oktobra**, na dan rođenja Mihajla Pupina.
- Predlozi događaja za obeležavanje Nacionalnog dana davanja:
 - Predstavljanje ulice Džona Frottingema** – ukoliko do 9. oktobra bude odobreno imenovanje ulice Džona Frottingema, predlažemo da Nacionalni dan davanja bude obeležen predstavljanjem ulice, uz otkrivanje uličnog znaka na Brajevoj azbuci.
 - Izložba radova** za spomenik Mihajlu Pupinu – imajući u vidu da spomenik Mihajlu Pupinu neće biti spreman za postavljanje do 9. oktobra, predlažemo da se na predviđenoj lokaciji za postavljanje spomenika (Park kod Vukovog spomenika) organizuje izložba radova koji su pristigli na konkurs.
 - Dodela **godišnje nagrade** novinarima **za izveštavanje o dobročinstvu** – Predlažemo da posebna nagrada bude dodeljena za najbolji prilog o osobama sa invaliditetom u Srbiji, kao deo ovogodišnje kampanje.
- U slučaju uspešne realizacije fundraising kampanje, predlažemo da izabrana aktivnost bude praćena svečanim predstavljanjem realizovane akcije (npr. Unapređenje pristupačnosti određene javne ustanove).



*Predstavljanje ulice Džona Frottingema
– postavljanje znaka na Brajevoj
azbuci*



Obeležavanje Nacionalnog dana davanja biće praćeno distribucijom saopštenja za medije.

Obeležavanje Nacionalnog dana davanja 2020

- Kao i prethodine godine, Nacionalni dan davanja biće obeležen simbolom Dana davanja na naslovnim stranama dnevnih novina, dok će voditelji Jutarnjeg programa nositi NDD bedž.



HVALA

