



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

17. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand PRix 2024.

Kategorija: Grand Prix za odnose s javnošću udruga i nevladinih organizacija

Naziv projekta: **#autizam365**

Agencija: Vrh komunikacije za Udrugu roditelja djece i odraslih s poremećajem iz autističnog spektra Autizam 365

Razdoblje realizacije projekta: 7. ožujka 2023. do 3. svibnja 2023.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Djeca i odrasle osobe s poremećajem iz autističnog spektra polaznici su Osnovne škole Centar za autizam Split, a ova škola se zakonski tretira jednako kao i svaka druga osnovna škola u Hrvatskoj, što znači da ljeti ne radi. Djeca nemaju cjelodnevnu skrb, gube rutinu koja im je itekako potrebna, što dovodi do regresa i još težeg povratka u školu na jesen.

Ciljevi: Opći cilj bio je osvijestiti lokalnu zajednicu o dugogodišnjim problemima s kojima se susreću roditelji i osobe iz autističnog spektra u Splitu. Specifični cilj bio prikupljanje 30 tisuća eura donacija za organizaciju Ljetnog kampa.

Provedba: Službena kampanja #autizam365 počela je ispred zgrade gradskog poglavarstva u Splitu, a unutar 12 sati sve lokalne televizijske i radio postaje te internetski portali prenijeli su informacije o kampanji. Zatim je uslijedio set intervju s roditeljima u lokalnim i nacionalnim medijima, a kampanju su popratile lokalne televizijske postaje te nacionalne. Veliki interes pokazale su i nacionalne te lokalne radijske postaje koje su u eter uključile roditelje. Kampanji su se priključili i hrvatski nogometni reprezentativci te više od 50 poznatih osoba iz javnog života. Na Svjetski dan autizma u splitskim trgovačkim centrima Joker i City Center One te na vrhu Marmontove ulice i na Rivi, na digitalnim displejima prikazivao se video s ključnim porukama kampanje u kojem su glavni akteri renomirani hrvatski glazbenici. Istoga dana u parku Zvončac organiziran je događaj na kojem su se zajedno družili članovi udruge te građani, roditelji i djeca koja nisu u spektru autizma, događaj su podržali Hajduk i Ledo.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Kampanjom je prikupljeno 30.435,37 eura što je bilo dovoljno za organizaciju Ljetnog kampa, a ostvareno je više od 70 medijskih objava u nacionalnim i lokalnim medijima. Zahvaljujući javnim osobama ostvaren je milijunski doseg na nacionalnoj razini. Uplate na žiro račun udruge i kroz crowdfunding kampanju stizale su iz cijele Hrvatske i inozemstva. Ljetni kamp pohađalo je 37 djece i odraslih autista, a kampanja je potaknula i tematsku raspravu Gradskog vijeća Grada Splita.

Kreativnost i inovativnost: Cijeli travanj koji je ujedno i Mjesec svjesnosti o autizmu bio je obilježen kroz izložbu fotografija osoba s autizmom "Osmijesi", u suradnji s Odsjekom za dizajn vizualnih komunikacija pri Sveučilištu u Splitu. U suradnji sa splitskim trgovinama Victa organiziran je i Sat autizma u kojem su roditelji svake nedjelje mogli obaviti kupnju u pratnji djece, ali su pritom svijetla i glazba u trgovini bila prigušena. U kampanju se uključio i CineStar koji je projekciju filma Cvrčak i Mravica prilagodio osobama s autizmom kako bi mogli uživati u filmu bez zvučnih i svjetlosnih podražaja. Završni event održan je u City Centeru one Split gdje su učenici Turističko-ugostiteljske škole Split pripremali zdrave palačinke, a renomirani chef Hrvoje Zirojević kuhao je pašticađu i dijelio je posjetiteljima, koji su zauzvrat mogli donirati željeni iznos za Ljetni kamp.

Društvena vrijednost i opća relevantnost: U posljednjih 10 godina nikad se više nije pričalo o temi autizma u javnosti, a kao rezultat Grad Split osnovao je Radnu skupinu za rješavanje prioritarnih problema Centra za autizam Split, čije su članice bile i dvije majke iz udruge Autizam 365. Također, u proračun za 2024. godinu Grad Split uvrstio je i iznos za Ljetnu školu Centra za autizam Split. Udruga i dalje nastavlja svoju borbu za bolji i pravedniji život djece i roditelja, na krilima uspješne kampanje i prepoznatljivosti u javnosti.