

DŮSTOJNÁ OSLAVA NAROZENIN

„NE“ pro opuštěné děti

Projekt ADOPCE.COM už deset let pomáhá dětem z kojeneckých ústavů a dětských domovů vrátit se zpět do rodinného prostředí. Vznikl ve spolupráci Nadace Terezy Maxové dětem se společností Nestlé Česko. Díky stabilní podpoře této společnosti může projekt Adopce.com existovat takto dlouhou dobu, což u podobných projektů nebývá zcela běžné.

Možnost důstojně oslavit 10. narozeniny projektu ADOPCE.COM získala Nadace Terezy Maxové dětem (NTMd) také díky spolupráci s reklamní agenturou McCann Erickson a mediální agenturou Initiative.

DOMA je DOMA

Kampaň „Doma je doma!“, která byla odstartována v prosinci 2010 a běžela i v průběhu ledna 2011, připomínala, kam se mohou zájemci o některou z forem náhradní rodinné péče obrátit, potřebují-li ucelené a vyčerpávající informace o adopci či pěstounské péči. Realizaci projektu ADOPCE.COM zajišťuje Spolu dětem o. p. s. a Středisko náhradní rodinné péče. Projekt se skládá ze tří stěžejních částí – informačního portálu, telefonní linky s odborníky a tištěné brožury – a jeho primárním cílem je pomoci vrátit co nejvíce dětí z ústavů zpět do rodinného prostředí.

Neslavné evropské prvenství

Manažer komunikačních projektů, vnějších vztahů společnosti Nestlé Česko s. r. o. ing. Pavel Novák vysvětluje, proč Nestlé tento projekt podporuje: „Kořeny Nestlé jsou spojeny s vynálezem kojenecké výživy, která zachránila život velkému počtu dětí. Proto bylo přirozené, že jsme s NTMd vytvořili projekt, který i dnes pomáhá dětem. Jsme rádi, že díky tomuto projektu se posunulo vnímání náhradní rodinné péče veřejností, a přestože počet dětí v různých zařízeních je stále ještě vysoký, těší nás, že kolem 2000 dětí každoročně z ústavní péče odchází do rodin, včetně rodin adoptivních nebo pěstounských. Věřím, že k tomu pomohla i naše podpora projektu a šíření informací o něm.“ Spolupráci s firmou Nestlé oceňuje i ředitelka Nadace Terezy Maxové dětem, Mgr. Terezie Sverdlinová: „Česká republika stále drží evropské prvenství v počtu dětí, které vyrůstají mimo rodinu. Jsem opravdu pyšná na to, že již před deseti lety nadace i Nestlé společně řeklo tomu prvenství své „NE“ v podobě projektu ADOPCE.COM. Tento projekt navíc ukazuje, že úzká spolupráce neziskové organizace s korporací může efektivně a jasně pomáhat v odstraňování celospolečenského

problému a ve svém důsledku snižovat počet dětí v ústavní výchově. A to je přece skvělé.“

Pozitivně laděná kampaň

Vizuál kampaně „Doma je doma!“ připravila reklamní agentura McCann Erickson ve spolupráci s Initiative a v jejím mixu byly obsaženy nejen citylights, billboardy, ale i TV a rádio spoty, včetně printů a banneru. Kampaň významně podpořily například společnosti JCDecaux, Seznam.cz a další. Pozitivně laděná kampaň představovala děti, které už našly své náhradní rodiče prostřednictvím projektu ADOPCE.COM a povzbuzovala potenciální zájemce o adopci a pěstounskou péči poselstvím „dáváme

dětem důvod se smát“. „Máme velkou radost, že jsme mohli alespoň trošku přispět k řešení problému adopce,“ říká Jan Binar CEO McCann Erickson Prague. „Initiative celosvětově touto kampaní podpořila charitativní projekty ve více než 50 zemích, aniž by vynaložila nějaké prostředky na nákup médií nebo na kreativní zpracování. Tento rok se to pokusíme zopakovat,“ upřesňuje Milan Kalous, CEO Initiative. Kampaň byla cíleně navázána na komunikační kanály samotného projektu ADOPCE.COM. Těmi jsou webové stránky, které za dobu existence projektu navštívilo bezmála 700 000 lidí a tematická brožura, která poskytla ucelené informace více než 15 000 zájemcům. ■