

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Pod svícnem: Jak jsme měnili systém v oblasti domácího násilí

Klient:

Pod svícnem

Agentura / Přihlašovatel:

Communication Lab, s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.9 Dlouhodobé budování pověsti či značky

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Michaela Studená

Firma/organizace: Communication Lab, s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Téma domácího násilí nebylo několik let médií a širokou veřejností přehlíženo. V roce 2022 vznikla iniciativa Pod svícnem. Jako nová organizace o dvou lidech, bez dotací, což nebyla jednoduchá startovní pozice. Za tu dobu jsme stály u několika zásadních legislativních změn, které by nevznikly nebýt soustavné, odvážné a kreativní komunikace, která stojí za úspěchem spolku. Bez dotací, na bázi dobrovolnictví, zaměření na data.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zásadním cílem bylo ukázat, jaký dopad má domácí násilí na oběti. Jak vzniká, jak postupuje. Získat podporu veřejnosti pro legislativní změny. Aby nepadaly podmínky za zmrzačení miminka či znásilnění dětí. Zároveň obětem pomoci financovat psychologickou a právní pomoc a zbavit je stigma. Cíl. skupina: politici a široká veřejnost.

**Strategie a kreativa:**

Na základě spolupráce s agenturou Ipsos jsme průběžně identifikovali a vyhodnocovali důležitost jednotlivých témat, na základě nichž vznikaly kampaně, které měly podpořit naše legislativní návrhy, které postupně získávaly podporu napříč politickým spektrem díky podpoře veřejnosti. Obětem dom. násilí říkáme hrdinové kvůli stigmatu slova oběť. Vznikly oceňované kampaně: mj. Malí superhrdinové, dále Podej ruku či Z oběti hrdinou. Každý rok odtabuizování nového tématu, s kreatívou a příběhy reálných lidí. Neděláme ale kampaně pro kampaň. Nýbrž s reálným dopadem a pomocí.

**Nástroje a aktivity:**

Důležitou součástí byla na poměry nezisku odvážná, aktivní komunikace jak na sociálních, tak v médiích. Za tu dobu vzniklo velké množství výstupů (necelých 1000), podcast Pod svícnem s výpověďmi obětí a odborníků, kde detailně popisují, jak je domácí násilí devastující pro životy obětí. Podcast vychází na Novinky.cz. Vystupovali jsme na největších festivalech. Vytvořili populární merch, včetně plátek "Děti se neprcaj", vydávali studie s aktuálními daty, které přebírali novináři a politici. Vznikaly kreativní kampaně, microsities plné informací a virální spoty. Převádíme spoty do znakového jazyka. Vytváříme silnou komunitu příznivců a podporovatelů.

**Výsledky:****Legislativa:**

Tzv. Znásilnění z podstaty (sex s dítětem pod 12 let chápáno jako znásilnění), Lex Anička (povinné vzdělávání soudců), definice domácího násilí do Občanského zákoníku či tzv. Dětský certifikát, aby násilníci nemohli pracovat s dětmi.

Přednášíme naši cestu velvyslancům, na akademické půdě, odborníkům i ve školách.

**Sbírky:**

Za 3 roky jsme vybraly cca 10 mil. Kč na pomoc obětem domácího násilí od drobných dárců.

**Další:**

3 hlavní spoty z kampaní: každý přes milion zhlédnutí, aktivní komunikace na X a IG s vysokými dosahy, podcast má statisčovou poslechovost - 1. místo Podcast roku (Objev), 2. a 3. místo Křišťálová lupa, 1. místo Nejvlivnější žena Vogue Leaders, 2. místo Top ženy Česka, 2x 1. místo European Excellence Awards, ocenění za kampaně v oborových soutěžích aj. Znalost Pod svícnem: cca 2 mil. lidí (dle průzkumu Ipsos). Zakladatelky zvané k tématu dom. násilí do mainstream. médií, rozhovorů a podcastů. Pro novináře jsme relevantní zdroj informací. A hlavně jsme pomohli mnoha lidem

**Weblinky:**

<https://www.malisuperhrdinove.cz/>, <https://www.podejruku.cz/>, <https://pod-svicnem.cz/>