



## Příloha č. 7- Kampaň Chrpa pečujícím

Nedostatek společenského uznání a nízké povědomí o tomto tématu ve veřejném prostoru vedly Alfa Human Service v roce 2019 k vytvoření **komunikační kampaně „Chrpa pečujícím“, „Děkujeme pečujícím“**.

Hlavním cílem komunikace je edukovat odbornou i laickou veřejnost o problematice neformální péče, nezastupitelnosti pečujících v našem systému a zároveň informovat pečující, že mají právo myslet sami na sebe a využívat služeb, které jim jsou k dispozici a pomohou.

V rámci kampaně byl ustanoven **Den pečujících**, který si od roku 2019 připomínáme vždy **2. října**. Za symbol tohoto dne a všech pečujících byl zvolen kvítek chrpy, který graficky ztvárnila Anna Niklová a kmotrou Dne pečujících se stala senátorka Miluše Horská.



Důvodem pro volbu tohoto symbolu je podobnost chrpy s pečujícími. Tato květina roste na mnoha místech, volně u cest i v polích, kde je často slabá a přehlédnutá. Zároveň ji však můžeme nalézt také v zahradách. Tam o ni lidé pečují, starají se o ni a chrpa je silnější a odměňuje se velkými květy. Stejně tak je tomu i s pečujícími; ti, kterým se včas dostane podpora a pomoc, dokážou zůstat silnými, pomáhat a předávat svoji energii svým blízkým.

### **Časová období kampaní 2019 - 2021**

#### 1. kampaň květen - říjen 2019

- Zahájení první kampaně, vytvoření symbolu a loga, základní myšlenka a připomenutí historicky prvního Dne pečujících, kmotrou byla senátorka Horská
- Výzva sbírejte chrpy: jako poděkování pečujícím jsme vyzvali veřejnost k focení chrp přes léto a na Den pečujících jsme pečujícím virtuálně přes média a sociální sítě předali koláž z těchto fotografií
- Vydání 2 tiskových zpráv, komunikace s médii



#### 2. kampaň květen - říjen 2020

- Zopakování kampaně na základě stejného principu, druhý ročník, opět sbírání fotografií
- Vydání 2 tiskových zpráv, komunikace o tématu neformální péče s médii



#### 3. zahájení kampaně květen 2021

- Vyhlášení 3. ročníku kampaně na Den rodiny 15. 5., letos sbírání nejen fotografií chrp, ale i vlastnoručně vytvořených chrp, video
- Podpořeno workshopy arteterapie, zapojení partnerských organizací, poskytovatelů a úřadů



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



- Vydání tiskové zprávy, komunikace s médii, plánované pokračování kampaně na podzim

Kampaň je na sociálních sítích označována hashtagy: **#chrpapecuji**, **#dekujemepecuji**