



40 DNI BREZ ALKOHOLA

Slovenska karitas
Javna agencija RS za varnost prometa
Med.Over.Net

Ljubljana, november 2019

NEKAJ PODATKOV O SLOVENSKI KARITAS - 2018

- Humanitarna / socialna / dobrodelna ustanova katoliške Cerkve
 - 464 lokalnih (župnijskih), 6 regijskih (škofijskih), 1 nacionalna Karitas
 - 2 zasebna zavoda na področju pomoči odvisnikom ter materinskih domov
 - članica Caritas Europa ter Caritas Internationalis
 - status nevladne humanitarne organizacije v javnem interesu
-
- 11.200 prostovoljcev 121 zaposlenih po celi Sloveniji(17 preko javnih del)
 - Več kot 3300 ton razdeljene hrane
 - Paleta socialnih in dobrodelnih programov (več kot 158.000 vključenih oseb)
 - V terapevtskih centrih ter v komunah je bilo lani vključenih 150 odvisnikov
 - Celoletni strošek izvajanja vseh programov doma in v tujini = 9,2 mio EUR
 - 44,7 % vseh sredstev zbranih iz naslova donacij (pravnih in fizičnih oseb)



PREVENTIVNA AKCIJA „40 DNI BREZ ALKOHOLA“

Glavni namen akcije je 40 dnevna odpoved alkoholu V ZNAMENJE SOLIDARNOSTI z vsemi, ki zaradi alkohola TRPIJO v družinah, na cesti in zaradi bolezni.

Zgodovina in namen akcije



- **Alkoholizem je v Sloveniji velik problem**, še posebej po družinah:
 - vsak dan pride v bolnišnico zaradi alkohola 10 oseb;
 - 2 na dan umre za posledic prekomernega pitja alkohola – srčna problematika, prometne nesreče;
 - 5-10% slovenske populacije ima resne probleme zaradi alkohola...
- **Mnogi karitasovi prejemniki pomoči, družine imajo probleme zaradi alkohola** (povzroča revščino in druge stiske)
- Zaradi tega smo leta **2005** začeli s to akcijo ozaveščati na problematiko alkohola in jo neprekinjeno izvajamo **14 let**

GLAVNI IZZIVI V KOMUNIKACIJI

- Kako začenjati in uvajati **nove pristope v komunikaciji** z javnostjo, ne da bi **izgubili stare simpatizere oz podpornike?**
- Kaj storiti, če se ta akcija časovno prekrije s **kriznimi razmerami in nujnimi akcijami?**
- Kako ukrepati, če obstaja tveganje, da **javnost in mediji akcije ne bodo dobro sprejeli**, vendar je treba zaradi našega poslanstva vseeno nekaj narediti?
- **Pridobiti dovolj finančnih virov** za učinkovite propagandne materiale in (pol)profesionalni promocijski pristop.



TEŽAVE NA ZAČETKU in DANES...

- Težave in pomisleki **znotraj mreže Karitas**
 - preširoko odpiranje v sodelovanju z drugimi partnerji, izguba lastne identitete,
 - akcija bo spodkopala druge akcije zbiranja sredstev in ozaveščenosti...
 - tudi znotraj cerkve, kjer delujemo po župnijah, je problem z alkoholom
- „**Vsiljujemo post...**“- vse religije, zdravstveni post, lepotni post...
- **Nismo imeli sredstev za promocijo** – samo za tiskanje plakatov
 - vsako leto moramo prijaviti projekt za sofinanciranje,
 - težko je dobiti donatorje za to akcijo...
- Slovenski **vinarji** so se počutili ogrožene (... češ da bo manj zaslužka - morali smo jih prepričati, da se to ne bo zgodilo ...) **STROŠKI/KORISTI:2/1**
Kvaliteteta vizavi količina.
- **DANES** je akcija **dobro sprejeta** tako v mreži Karitas, slovenski Cerkvi kot tudi v javnosti:
 - glavni namen je izraziti **solidarnost** s trpečimi zaradi alkohola,
 - **nismo agresivni** - promoviramo zmerno odgovorno pitje,
 - vsako leto se več ljudi odloči za pridružitve,
 - veseli smo dobre medijske pokritosti in poročanja...



SODELOVANJE S PARTNERJI

- Slovenska karitas je pobudnik in **nosilni partner** akcije od 2005.
- Naslednje leto smo že začeli sodelovati s **partnerji s področja zdravstva, prometa in socialnih zadev**:
 - Med.Over.Net - ustanova iz zdravstvenega področja z več kot 100 forumi,
 - Javna agencija RS za varnost prometa

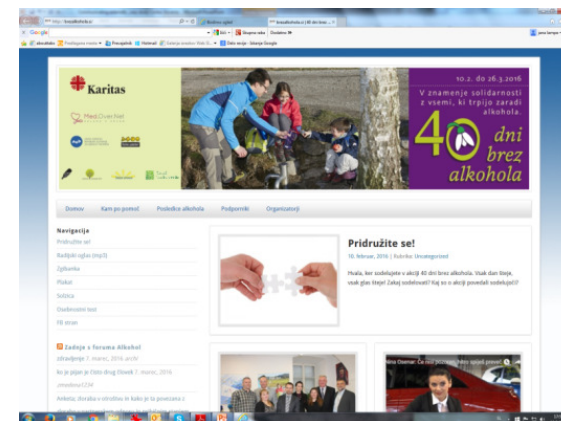
Skupaj **organiziramo tiskovno konferenco** na začetku vsakoletne akcije.

- NIJZ, Katedra za družinsko medicino, Zavod Varna pot, društvo Žarek upanja, Zavod Vse bo v redu, Zveza klubov zdravljenih alkoholikov in Društvo abstinent



SODELOVANJE S PARTNERJI

- Prvo srečanje s partnerji je v dec ali jan:
 - skupaj **izberemo slogan** (v 2019: „Za odgovoren odnos – doma in v družbi“),
 - pogovor o glavnih vsebinskih usmeritvah...
- Nato Slovenska karitas začne s **pripravo promocijskih materialov** akcije ...
- Skupne spletne platforme:
<http://brezalkohola.si> (splošno o akciji)
<http://www.bodimozgled.si> (spletna anketa za vzgojitelje in starše, kjer lahko preverijo, ali so zgled mladim pri zmernem pitju alkohola)



PRIPRAVA GRADIV ZA AKCIJO IN NJENO PROMOCIJO

Za medije in širšo javnost

- jumbo plakati



- radijski, TV, časopisni in spletni oglasi
- zloženke z informacijami o škodljivi rabi alkohola in njegovih posledicah,
- Kartonaste solzice za voznike

Za župnije, duhovnike in župnijske karitas:

- Brošura s predlogi za obrede v postnem času (prosimo duhovnika, da nam pomaga pri pripravi),
- plakati,
- zloženke z informacijami in molitvijo
- promocijske solze

Promocijsko gradivo pošiljamo tudi **šolam in zdravstvenim ustanovam.**

V preteklih letih smo pripravili tudi **delavnice za OŠ otroke.** Več kot 150 lit. izdelkov otrok in mladostnikov.

POUDARKI AKCIJE

»ZA odgovoren odnos do alkohola .«

»Mlad, vesel in pogumen.«

»Izberi prav. Bodi z mano.«

»Vsak dan je nov začetek!«.

»Za moje in tvoje dostojanstvo«.

»Ali si upaš? – biti z manj ali nič alkohola«

»Bodimo zgled otrokom in mladostnikom«

»Za več pravega veselja v naših družinah«



ORGANIZACIJA UVODNE TISKOVNE KONFERENCE

VSAKO LETO NA PEPELNIČNO SREDO

- **Povabilo govorcem:** partnerji, strokovnjaki, ljudje, ki jih je prizadel alkohol: zdravljeni alkoholiki, njihovi sorodniki in udeleženci prometnih nesreč, ki so nastale zaradi alkohola (**pričevanja / zgodbe iz resničnega življenja**, ki so za medije najbolj privlačna), **znane osebe**, ki so podprle kampanjo (npr. ministri, predsednik, športnik, glasbenik, druge znane osebnosti ...)
 - Vsako leto iščemo in povabimo, da kampanjo podpre **posebna skupina prebivalstva** (npr. gasilci, upokojenci, učitelji...)
 - **Izvedba konference** – običajno pridejo vse 3 velike TV hiše in do 15 medijev; vsi partnerji jim pošljejo povabilo
 - Poskušamo organizirati in nadgraditi **medijsko dejavnost tudi po koncu kampanje**
- 



Zdravljeni alkoholiki



Partner iz področja zdravstva in prometa



Znana osebnost



KARITAS ORGANIZIRA TUDI ROMANJA ZA ALKOHOLIKE IN NJIHOVE SORODNIKE

NAMEN: IZRAZITI SOLIDARNOST IN DUHOVNO PODPORO

- Izvedba v dveh romarskih krajih (Brezje in Nova gorica)
- Vključevanje duhovnih vsebin in motiva
- Sklep z osebnimi pričevanji (zdravljeni alkoholiki, družinski člani).



JUMBO PLAKATI Z AMBASADORJI



ZAKAJ IMA TA AKCIJA USPEH?

PARTNERSTVO:

- Sinergija
- Verodostojnost
- Vidnost

CELOVITOST:

- Zdravje.
- Promet.
- Sociala

SOČUTJE:

- Imam to izkušnjo.
- Lahko se zgodi vsakomur.
- Brez moraliziranja
- Brez zbiranja sredstev

