



POMOZTE NÁM ROZSVÍTIT SVĚT NEVIDOMÝCH.

HISTORIE

Světluška je dlouhodobý vlnkový projekt Nadačního fondu Českého rozhlasu, který byl poprvé veřejnosti představen v roce 2013. Zastřešuje aktivitu, jejichž cílem je shromáždit od drobných dárců, ale i firem finanční prostředky do sbírky Světluška, ze které je financována přímá a konkrétní pomoc nevidomým a těžce zrakově postiženým dětem a dospělým v celé ČR. Světluška přispívá lidem se zrakovým postižením na speciální pomůcky, které „mluví“ nebo mají hmatový displej, na psí vodící pomocníky, na osobní asistenty dětem i seniorům, podporuje rozvoj talentů a tvořivých schopností nevidomých. Je také pomyslným světélkem ve tmě pro mnoho organizací, které díky finanční podpoře od Světlušky mohou realizovat projekty zaměřené na nevidomé. Světluška zkrátka pomáhá lidem, kteří nevidí nebo vidí velmi špatně, žít smysluplný život a cítit se užiteční. A dělá to s velkým odhodláním! Pod hlavičkou Světlušky se pravidelně konají akce jako Noční běh pro Světlušku, Kavárna POTMĚ, Sbírkové dny Světlušky „V září Světlušky září“, benefiční koncert Světlo pro Světlušku, Křišťál pro Světlušku a další. Do projektu se od jeho vzniku už zapojilo přes 100 tisíc dobrovolníků a na pomoc potřebným bylo rozděleno více než 130 milionů korun, z toho v roce 2016 částka ve výši přes 17 mil. korun. Noční běh pro Světlušku se zrodil před šesti lety a i díky pomoci řady kamarádů a dobrovolníků se rozšířil i do dalších míst. V roce 2017 tak podpořili běžci s čelovkami Světlušku už ve čtyřech městech – Praze, Brně, Jihlavě a nově také v Olomouci. Během dubna se jich na startu jednotlivých běhů sešlo více než 6 000. Výtěžek ze všech akcí, kde běželi společně vidící s nevidomými, dosáhl rekordních 2,6 milionů

korun pro Světlušku. Kavárna POTMĚ si od roku 2006, kdy byla poprvé otevřena na MFF v Karlových Varech, našla bezpočet návštěvníků i příznivců, kteří se do ní rádi vrací. Netradiční kavárnu, ve které obsluhují nevidomí, mohli v červnu navštívit lidé v Praze na náměstí Republiky, její pojezdnu verzi ve speciálně zatměném autobuse pak od jara do podzimu v regionech po celé ČR. Pro návštěvníky kavárny je připraven i doprovodný program v podobě vystoupení nevidomých hudebníků, ukávek výcviku asistenčních psů či košíkářských dílen. Kavárna nabízí svým hostům zapojení všech smyslů vyjma zraku, ta autobusová pak navíc unikátní interiér v podobě organických tvarů vnitřního prostoru a různé struktury materiálů, použitých na každém ze šesti kupé, které přímo vybízejí k prozkoumávání hmatem. Když se hosté po opuštění kavárny zase ocitnou zpátky na světle, možná si uvědomí, že to nejdůležitější vlastně nevnímáme očima. Nádherné vánoční ozdoby z českého křišťálu, které vyrobili lidé s těžkým zrakovým postižením, každoročně během adventu rozzaří nejen Václavské náměstí v Praze. Nápad, jak využít křišťalové kousky a současně pomoci nevidomým, se zrodil před třemi lety u pracovníků firmy, která vyrábí unikátní křišťalové lustry



Foto: Dominik Herr

a další dekorace z českého křišťálu. Klienti chráněné dílny Pobytového rehabilitačního a rekvalifikačního střediska pro nevidomé Dědina se pustili do práce s ověsy s velkou chutí a v jejich rukou tak vznikly nádherné a originální ozdoby a nově také náramky a náušnice, které potěšily návštěvníky vánočních trhů na Václavském náměstí a zimního Dyzajn Marketu na náměstí Václava Havla v Praze. Kupující dostali navíc ke každé zakoupené ozdobě zdarma další, kterou zavěsili na konstrukci vánočního stromu. Symbolicky tak rozsvítili nejen náměstí, ale především svět nevidomých. Pro nevidomé pak tento projekt znamená možnost jejich pracovního uplatnění.

HODNOTA ZNAČKY

Projekt Světluška je založený na solidaritě a dobré vůli lidí, kteří se rozhodli darovat nevidomým trochu světla. Je oporou pro ty, které nelehký životní osud postavil před každodenní výzvu: znovu a znovu se učit životu ve tmě - bez pomoci jednoho z nejdůležitějších lidských smyslů. Hodnota značky, její znalost v populaci i afinita dárců ke značce kontinuálně roste. Zároveň je v oblasti neziskového sektoru zajímavým zaměstnavatelem, který nabízí nejen uplatnění na netradičních projektech, ale i možnost přicházet a realizovat vlastní nápady. Vizi Světlušky je být partnerem se srdcem, který rozvíjí fungující a má odvahu objevovat a ukazovat nové způsoby pomoci. Podílí se na pozitivních příkladech uplatnění zrakově handicapovaných lidí a pomáhá jim tak být samostatnějšími a šťastnějšími.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

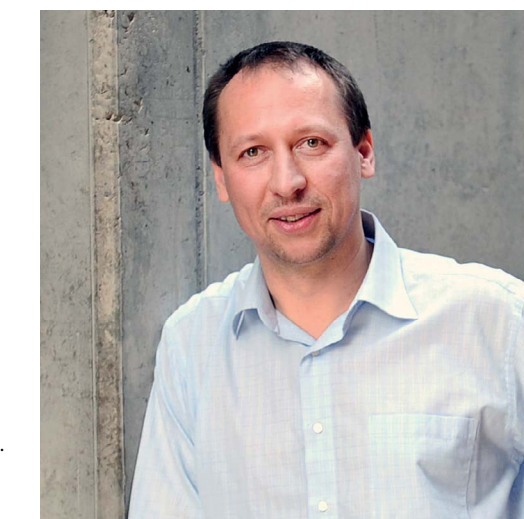
Komunikace směrem k dárcům a veřejnosti je klíčovým faktorem, který stojí za tím, kolika



nevidomým či zrakově postiženým lidem bude moci projekt Světluška na jejich cestě pomoci. Důležitým aspektem komunikace je ale také to, aby i ti, co pomoc potřebují, se o možnostech čerpání prostředků snaže dozvěděli. Aby v tomto ohledu bylo dosaženo co možná nejlepších výsledků, vznikla nová marketingová koncepce sbírky Světluška, která se opírá o několik hlavních pilířů a přináší konkrétní benefity. Nová strategie preferuje zjednodušení informací a snadnou identifikovatelnost projektu vedoucí právě k širšímu spektru dárců zasazených touto komunikací a také většímu počtu nevidomých zájemců o finanční pomoc, kteří se na Světlušku mohou obracet se svými žádostmi. Důležitá je také atraktivní forma sdělení a tam, kde je to relevantní, i vtipnost (např. radiospot - Pozvánka k autobusové Kavárně POTMĚ ala dialog řidičů Karla a Karla z Účastníků zájezdu). Mezi další opěrné body nové koncepce lze zahrnout pozitivně laděný styl komunikace

(v přímé opozici vůči dřívějšímu „uplakaně-emočnímu“ stylu) či přítomnost i v netradičních kanálech, např. na sociálních sítích, v mobilech, na sbírkových předmětech. Už to navíc není pouze Praha, kde je o Světlušce slyšet, v rámci nové marketingové strategie zaměřila sbírka i do dalších regionů ČR, které byly dosud opomíjeny. Podstatné také je, aby komunikace nesla vždy sdělení, co může příjemce informací sám udělat pro podporu Světlušky (call to action = zažít si na vlastní kůži „svět nevidicích“, aktivně se zapojit se do akcí, realizovat finanční dar do sbírky Světluška apod.). Veškeré tyto změny se ukázaly jako efektivní a přinesly nárůst výtěžku sbírky a díky tomu i zvýšení počtu podpořených žádostí nevidomých. Příjem do sbírky zaznamenal v r. 2015 a 2016 (po letech stagnace) meziroční nárůst o cca 1 mil. Kč ročně (v r. 2016 - 17 mil. Kč, v r. 2014 - 14,7 mil. Kč). Ze sbírky tak bylo podpořeno o cca 15 % více žádostí oproti r. 2015 (téměř 300 žádostí jednotlivců a přes 100 projektů neziskových organizací). Zároveň byly sníženy přímé provozní náklady organizace související se sbírkou, které za poslední 3 roky nepřekračují 10 %. Velký podíl na úspěchu sbírky mají bezpochyby také partneři. Generálním partnerem Nadačního fondu je ČSOB, hlavním partnerem je tradiční česká firma Herbadent a zřizovatelem a mediálním partnerem pak Český rozhlas. Díky dobře nastavené kampani si Světluška a její zástupci vychutnávají nejen dobrý pocit z vývoje projektu, ale v posledních letech také různá ocenění. Trojnásobnou radost měl Nadační fond Českého rozhlasu a Světluška z ocenění získaných v soutěži Geny Fóra dárců 2016 - 1. místo v kategorii „Sbírkový projekt“ za sbírku Pomáhejte s námi Nepál, 2. místo v kategorii „Sbírkový předmět a veřejně prospěšný merchandising“ za projekt Křišťál pro Světlušku a 3. místo v kategorii „Integrovaná

kampaň“ za kampaň ke Kavárně POTMĚ. Přemysl Filip, ředitel Nadačního fondu ČRo, pak získal prestižní ocenění Marketér roku v kategorii neziskové organizace za úspěšnou marketingovou strategii a inovativní využití značky Světluška.



ING. PŘEMYSL FILIP, MSc.

ŘEDITEL NADAČNÍHO FONDU ČESKÉHO ROZHLASU, ORGANIZÁTORA SBÍRKY SVĚTLUŠKA, V POZICI OD R. 2014

„Světluška svítí na cestu nevidomým dětem a dospělým z celé České republiky, kterých je přes 100 000. Projekty jako Noční běh pro Světlušku, Kavárna POTMĚ, nebo benefiční koncert Světlo pro Světlušku jsou již velmi známé a nabízí vidícím příležitost inspirovat se světem tmy a nevidomým pak pomoc, díky které mohou žít lépe a samostatně. Vedle shromažďování finančních prostředků do sbírky tak plní Světluška významně i funkci osvětovou - široké veřejnosti přibližuje problematiku zrakového postižení a formou zážitku umožňuje vidícím si alespoň na chvíli vyzkoušet, co znamená ztráta zraku. Příkladem je projekt Kavárny POTMĚ, kde jsou vidící hosté obsluhováni v naprosté tmě nevidomými kavárníky a tradiční role se tak obrací. Nevidomí jsou zde zkušenými propojovat vidící se světem nevidomých.“

ZAJÍMAVOSTI

- V ROCE 2016 BYLO PODPOŘENO TĚMĚŘ 300 ŽÁDOSTÍ JEDNOTLIVCŮ A PŘES 100 PROJEKTŮ NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ V CELKOVÉ ČÁSTCE 17 MIL. Kč.
- NÁVŠTĚVNOST AKCÍ (NOČNÍ BĚH PRO SVĚTLUŠKU, KAVÁRNA POTMĚ) VZROSTLA OPĚT PŘES 20 % (V R. 2015 BYLA 13 107 LIDÍ, V R. 2016 PAK CELKEM 15 978 LIDÍ).
- DÁRCI V R. 2016 POSLALI SVĚTLUŠCE REKORDNÍCH 348 331 DÁRCOVSKÝCH SMS (9 927 433,50 Kč).



Foto: David Sedlecký