

Konferencija „Modeli udomiteljstva“
Zagreb, 26. 10. 2011.

ZAPISNIK S RADIONICE „KAKO PROMOVIRATI UDOMITELJSTVO“

- ❖ 6 grupa
 - ❖ 3 pitanja:
Kako se trenutno promovira udomiteljstvo? TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI
Tko bi trebao promovirati udomiteljstvo? PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI
Na koji sve način bi se moglo promovirati udomiteljstvo? PROMOTIVNI MATERIJAL
-

{ GRUPA 1 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

- izleti, druženja, plakati, info pultovi u centru grada
- medijski popraćeno: novine, TV, radio
- financijska potpora od lokalne zajednice (grad)
- ograničavajući faktor: premale naknade! pa usprkos tome nema novih udomitelja
- alternativa: poticati posvojitelje da udomljavaju
- radio oglasi
- TV emisije prate Unicefov kampanju Svako dijete treba obitelj / javilo se 20 novih udomitelja - na državnoj razini je potaklo lokalnu kampanju i dalo pozitivne rezultate
- volonteri – daju instrukcije udomljenoj djeci
- kroz osnivanje udruga
- kroz predavanje i grupe podrške za udomitelje

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

TKO – udruge, glasnogovornik Ministarstva (suradnja s marketinškim stručnjacima)

KAKO – TV kampanja (javna tv), pozitivnim primjerima, tribine i okrugli stolovi

KADA – blagdan, školski praznici, *prime time*

FINANCIRANJE – lokalna zajednica (grad, županija), EU fondovi, privatni donatori

IZGLED PROMOCIJE - promocija u smjeru pozitivne slike udomiteljstva, primjeri dobre prakse, izbjegavati negativnu kampanju



[3] PROMOTIVNI MATERIJAL

- redovito ažurirana web stranica Ministarstva (npr. ako se u google upiše udomiteljstvo, da izbací stranicu MZSS-a s linkovima za sve relevantne informacije i dionike)

1. privući: TV reklame s jasnom pozitivnom porukom
2. informiranje: web
3. realizacija: tribine, okrugli stolovi, konferencije – za detaljnije informiranje i konkretno djelovanje

Donatori



{ GRUPA 2 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

Slavonija – nema formirani tim za udomiteljstvo, postoje udomitelji za odrasle i djecu (više ih ima), nedostaje specijalizirano udomiteljstvo (deficit, postoji veća potreba)

Podravina – dugogodišnja tradicija, nedostaje specijaliziranog udomiteljstva

Lika – malo, uglavnom srodničko udomiteljstvo

Zagorje – nema tima, više udomiteljstva za odrasle nego za djecu

- letci, radio emisije

- javne tribine, radio emisije - puno veća angažiranost u Zagorju, Podravini

- veliki trud udruga koje djeluju – jedanput godišnje susreti, štandovi, podrška lokalne zajednice

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

TKO – CZSS, Obiteljski centri, korisnici, lokalna zajednica

KADA – blagdani, Dani obitelji, proljeće

NAČIN – letci, novine, radio emisije, web stranice, javne tribine

FINANCIRANJE – lokalna zajednica, MZSS

IZGLED PROMOCIJE - plakati, brošure, reklame (da budu uočljive i privlače pažnju)

{ GRUPA 3 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

- izleti, Dan obitelji, Dan djeteta
- štandovi, Božićni program
- radio, novine – članci i radio emisije o udomiteljstvu
- brošure, letci

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

TKO

- „Zadovoljni udomitelj“ – zadovoljno dijete
- reportaže u medijima
- permanentna promidžba (mediji, CZSS, djeca, udomitelji)
- usmjeriti posvojitelje na udomljenje
- volontiranje, manifestacije
- integracija

KAKO

- sredstva po zatvaranju domova - usmjeriti udomiteljima

[3] PROMOTIVNI MATERIJAL

- što je udomiteljstvo?
- tko može udomiti, uvjeti...
- priča (osobna svjedočanstva)



{ GRUPA 4 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

- usmena predaja, tribine
- pozitivni primjeri
- letci, Unicef + Inkluzija
- radio emisije, plakati

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

- medijski
- primjerom
- podrška CZSS-a
- profesionalno udomiteljstvo
- dobra informiranost
- financijske naknade

[3] PROMOTIVNI MATERIJAL

- publikacija u obliku letka, kratke brošure
- Centri su preopterećeni i nisu u mogućnosti posvetiti se promociji u mjeri u kojoj bi trebalo

Donatori



{ GRUPA 5 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

- tradicija (usmeno) – Križevci, Vrbovec, Luanić, Bjelovar
- promocija (zadovoljan udomitelj)
- mediji: TV, radio, novine
- ulična promocija

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

TKO – CZSS, udruge

KAKO – informativne emisije: TV, radio, novine, brošure

- usmena predaja zadovoljnih udomitelja
- vjerske zajednice

KADA – upravo sada (jučer)

FINANCIJE – Ministarstvo, lokalna zajednica, udruge, donacije

[3] PROMOTIVNI MATERIJAL

- brošure, živa riječ

{ GRUPA 6 }

[1] TRENUTNA PROMOCIJA NA LOKALNOJ RAZINI

- izolirane akcije, bez kontinuiteta, nema jasne politike o promidžbi
- intenzivnija promidžba ondje gdje ima udomiteljskih udruga
- generalno nedostatna promidžba
- Centri samoinicijativno organiziraju promidžbu (okrugli stolovi)

[2] PROMOCIJA UDOMITELJSTVA U BUDUĆNOSTI

TKO – Država , Vlada, Ministarstvo, Zavod – jasna politika promidžbe udomiteljstva

- ustanove, nevladine udruge

KAKO – kampanje, na nacionalnoj razini (poput Unicef-ove) na javnoj TV

- kampanje, na lokalnoj razini prema potrebama (ne ondje gdje ima previše udomitelja.)
- web stranica CZSS-a
- mediji kao suradnici i afirmatori (pozitivni primjeri prakse - putem udomitelja i stručne podrške, pojedinačne priče, godišnja i županijska nagrada...)
- promo materijali dostupni velikom broju građana (bolnice, domovi zdravlja, crkve, autobusi, trgovački centri...)

KADA – kontinuirano, odmah

FINANCIJE – država i lokalna samouprava putem natječaja, CZSS, Obiteljski centri, pretpristupni fondovi

[3] PROMOTIVNI MATERIJAL

- letci, knjižice sa pravima i obvezama udomitelja, video spotovi, plakati, web stranice, info telefon