

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Pod svícnem

Klient:

Pod svícnem

Agentura / Přihlašovatel:

Communication Lab

Spolupracující agentura / subjekt:

Seeya Creative

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost

Oborové kategorie:

II.6 Neziskový sektor

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:**

Iniciativu Pod svícnem založily na konci června 2022 Barbora Urbanová a Michaela Studená kvůli osvětové činnosti a změně legislativy v oblasti domácího a sexualizovaného násilí. Za rok 2023 se jim podařilo dostat problematiku domácího a sexualizovaného násilí do povědomí nejen široké veřejnosti, ale i odborníků a politické reprezentace, Sbírají také prestižní ceny: Podcast roku (1. místo v kategorii Objev), Křišťálová lupa (2. a 3. místo), nominace na Czech Social Awards, Michaela Studená se stala nejlivnější ženou v kategorii Charita a CSR v anketě Vogue Leaders.

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

Iniciativa se snaží především o změnu legislativy. Prosazení tzv. znásilnění z podstaty v rámci redefinice znásilnění, které má chránit a tvrdě postihovat sexuální zneužívání dětí, prosazení zákona o domácím násilí. Dalším cílem je osvěta široké veřejnosti, oslovení odborníků a tlak na politickou reprezentaci.

**Strategie:**

Veškeré kampaně máme díky spolupráci s agenturou IPSOS založené na datech. Komunikujeme s veřejností drze. Apelujeme a burcujeme veřejnost.

Měníme též slovník: obětem říkáme hrdinové kvůli destigmatizaci.

Prostřednictvím sociálních sítí edukujeme veřejnost v online prostoru.

**Kampaně:**

- Z hrdinů superhrdiny (zaměřená na dětské oběti týrání a sexualizovaného násilí), jež měla zhlédnutí přes 1,5 mil. na sociálních sítích.

- Kampan Z obětí hrdiny, kde vystupují reálné oběti domácího násilí (přes 500 tis. zhlédnutí na sociálních sítích).

- Kampaň: Děti si chtějí hrát ne být zneužívané (podpora tzv. znásilnění z podstaty v rámci redefinice znásilnění) - dosah 200 tis. uživatelů.

Skrze debaty a merch (kterého se prodalo za cca 500 tis. Kč) podporujeme osvětu v offline prostředí.

**Nástroje a aktivity:**

Kromě zmíněného podcastu edukují veřejnost na sociálních sítích (na X: 12 tisíc sledujících, na IG: 20 tisíc sledujících, Tik Tok: 16 tis. sledujících). Pořádají debaty a podařilo se jim oslovit velké influencery: Martina Pártlová (ambasadorka), Zorka Hejdová, Kvapa, Markéta Lukášková, Zuzeta, Martin Bartkovský, Čestmír Strakatý, Pavel Novotný, tak odbornou veřejnost: psycholog Radek Ptáček nebo advokátka Lucie Hrdá.

Skrze Dobrobot jsme vydražili večeře se zakladatelkami (M. Studená za 45 000 Kč, B. Urbanová za 42 000 Kč).

**Výsledky:**

Aktuálně je redefinice znásilnění (jehož součástí je tzv. znásilnění z podstaty týkající se dětí do 12 let z pera Pod svícnem a L. Hrdé) ve 3. čtení v PS.

Zákon o domácím násilí je aktuálně na Legislativní radě vlády a pracuje se na tzv. dětském certifikátu, jež má zamezit predátorům práci s dětmi.

V rámci osvětové činnosti se Pod svícnem dostalo prakticky do všech důležitých médií včetně Novinky.cz, ČT, Nova TV, DVTV, ČRo, Prostor X, rozhovor s Čestmírem Strakatým aj.). Zakladatelky jsou hojně citovány a oslovovány k vyjádření k dané problematice. Za poslední rok se objevilo více než 600 výstupů. Podařilo se pomoci obětem v oblasti právní a psychologické pomoci a vybrat částku před 6 miliónů Kč skrze platformu Donio.cz. Podle agentury IPSOS je znalost Pod svícnem u cca 2 mil. lidí v ČR.

**Weblinky:**

<https://www.novinky.cz/sekce/podcasty-pod-svicnem-376>, <https://www.instagram.com/pod.svicnem/?hl=cs>, <https://twitter.com/PodSvicnem>, <https://pod-svicnem.cz/>, <https://www.stream.cz/pod-svicnem-1275667/z-hrdinu-superhrdiny-nova-kampan-bojuje-s-nasilim-na-detech-64716901>, <https://www.tiktok.com/@pod.svicnem>