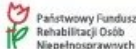


Podsumowanie kampanii „Pełnosprawni w miłości”

#żyjemywpełni
#kochamywpełni







Kampania „Pełnosprawni w miłości” Fundacji Avalon współfinansowana jest ze środków Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych

Sukces ogólnopolskiej kampanii „Pełnosprawni w Miłości” przeprowadzonej przez Fundację Avalon

2022-04-12

„ŻYJEMY W PEŁNI. KOCHAMY W PEŁNI” to hasło zorganizowanej przez Fundację Avalon ogólnopolskiej kampanii społecznej “Pełnosprawni w miłości”, która w czasie swojej trzymiesięcznej obecności w przestrzeni medialnej dotarła do ponad 22 miliony odbiorców. Działania prowadzone były od grudnia 2021 do marca 2022 roku, w telewizji, radio, prasie, portalach oraz mediach społecznościowych, szeroko rozumianej przestrzeni digitalowej oraz nośnikach zewnętrznych. Do realizacji spotu i sesji zdjęciowej Fundacja zaprosiła trzy osoby z niepełnosprawnościami wraz z ich bliskimi. Zdecydowali się oni na odślonięcie wycinka ze swojego życia rodzinnego i miłego.

Po raz czwarty Fundacja Avalon organizuje kampanię społeczną dotyczącą wizerunku osób z niepełnosprawnościami. Natomiast po raz pierwszy dotykamy tak delikatnej sfery, jaką są związki interablistyczne. W społecznym przekonaniu często osób z niepełnosprawnością nie postrzega się jako pełnoprawnych partnerów czy odpowiedzialnych rodziców. Jako cel postawiliśmy sobie szerokie dotarcie z naszym przekazem, bo zależy nam, żeby każdy w Polsce zobaczył, że człowieka nie definiuje jego wygląd czy sprawność.

Helena Szczuka, kierowniczka działu komunikacji i promocji Fundacji Avalon

Kampania "Pełnosprawni w miłości" zrodziła się z potrzeby przełamywania społecznego tabu związanego z rodzicielstwem, relacjami i więziami osób z niepełnosprawnością ruchową. Dzięki inicjatywie hasło mówiące o tym, że miłość nie zna podziału na sprawnych i niepełnosprawnych i nie dyskryminuje, dotarło do Polaków w całym kraju. Czy cele i założenia projektu zostały osiągnięte?

Ponad 22 miliony odbiorców

Profesjonalna realizacja, dobór materiałów promocyjnych, ale też ogromne zainteresowanie mediów tematem kampanii i zaangażowanie twórców internetowych w działania wokół "Pełnosprawnych w miłości" umożliwiły dotarcie do ponad 22 miliony odbiorców. O inicjatywie mówiono między innymi w Faktach TVN, TOK FM, Radio Zet, RMF FM, różnych kanałach Polskiego Radia oraz informowano w portalach horyzontalnych – Onet i Interia. Historie bohaterów zainspirowały redaktorów m.in. Neewsweek, Zwierciadła, Polityki czy też Vogue Polska, gdzie ukazały się obszerne wywiady z nimi. Temat kampanii pojawił się również w Dzień Dobry TVN, Onet Rano oraz mediach branżowych.

Jeden z artykułów inspirowanych tematyką kampanii nosi tytuł - "256 lekcja akceptacji". Przeczytamy w nim o wszystkich bohaterach, m.in. o historii Ani Klechy, która dopiero po amputacji zaakceptowała swoje ciało i pozbyła się lęku przed związkami. Nasza kampania to pewnego rodzaju lekcja dla polskiego społeczeństwa. Ile z niej zapamiętamy, na ile zmienimy swoje postrzeganie niepełnosprawności.

Żaneta Krysiak, kierowniczka projektu Sekson

Całość kampanii wygenerowała olbrzymie zasięgi i dotarła do wielu odbiorców. Spoty reklamowe emitowane na kanałach ogólnopolskich stacji telewizyjnych dotarły do ponad 22 milionów oglądających, komunikaty radiowe przyciągnęły uwagę ponad 9 milionów słuchaczy, a kampania outdoorowa wygenerowała ponad 6,5 miliona kontaktów. Posty publikowane w social mediach w czasie trwania kampanii dotarły do 13 milionów użytkowników. Działania outdoorowe, które były ukazane łącznie na 76 nośnikach w takich miastach jak: Białystok, Bydgoszcz, Trójmiasto, Lublin, Kraków, Łódź, Poznań, Szczecin, Toruń, Warszawa i Wrocław, dotarły łącznie do 6,5 miliona osób.

Działania w ramach kampanii organizacja realizowała we współpracy z Agencją Nie Do Ogarnięcia z Krakowa.

Jestem dumny, że wspólnie z Fundacją Avalon mogliśmy realizować tak ważną kampanię, która ma na celu wpływ na wizerunek najprawdopodobniej największej mniejszości społecznej w Polsce. Wyrazy wdzięczności dla wszystkich wspierających osób, które przyłożyły rękę, żeby kampania mogła się wydarzyć pięknie i z jak najlepszym efektem.

Jakub Kulasa z Agencji Nie Do Ogarnięcia

Zaskakujące wyznanie Marianny Gierszewskiej

Marianna Gierszewska – aktorka i influencerka, której niepełnosprawność nie jest widoczna na pierwszy rzut oka, pod wpływem przesłania kampanii „Pełnosprawni w miłości” postanowiła poprzeć akcję odważnym wpisem. Pokazała swoje zdjęcie w bieliźnie, pokazując swoją niepełnosprawność i zachęcając do dyskusji nad życiem intymnym osób z niepełnosprawnością. Post był wielokrotnie powielany i komentowany przez różne media. Pokazał też społeczeństwu, że z niepełnosprawnością można wieść spełnione życie rodzinne i zawodowe. Niepełnosprawność nie definiuje człowieka, jego pragnień czy marzeń, jest jedynie elementem towarzyszącym.

Zauważalna zmiana społeczna

Fundacja Avalon wraz z agencją Minds & Roses zbadała wpływ kampanii „Pełnosprawni w miłości” na postawy społeczne. Aż 76% badanych wskazało, że wspieranie osób z niepełnosprawnościami poprzez działania wizerunkowe jest niezwykle ważne. Efektem kampanii jest zmniejszenie ilości osób, które twierdziły, że ogół społeczeństwa wstydzi się osób z niepełnosprawnościami. W zakresie postrzegania zauważono znaczące zmiany. O 8% wzrosła liczba osób, które sądzą, że osoby z niepełnosprawnościami mogą mieć satysfakcjonujące życie seksualne. Wzrosła również liczba osób przekonanych, że mogą one prowadzić satysfakcjonujące życie rodzinne – wychowywać dzieci (wzrost o 7,2 %) i spełniać się w rolach partnerów_ek i rodziców (wzrost o 6,7%) oraz mieć relacje towarzyskie takie same jak wszyscy (wzrost o 5,7%). Natomiast ponad 64% populacji zadeklarowało, że w wyniku kampanii postrzega osoby z niepełnosprawnościami bardziej pozytywnie.

Pokazać życie takim, jakie jest

Kampania „Pełnosprawni w miłości” spełniła swoje zamierzenie. Spoty, wywiady oraz publikowane treści pokazały życie osób niepełnosprawnych takim, jakie jest. Bez zbędnego koloryzowania czy wcielania osób w rolę bohatera lub ofiary. Do kampanii zaproszono trzy osoby z niepełnosprawnościami: Artura Wachowicza – tatę i męża, który na co dzień porusza się na wózku, Sylwię Stankiewicz – mamę i żonę, która od urodzenia zmaga się ze artrogrypozą oraz Anię Klechę, która dzięki protezie nogi znów poczuła się sobą. Dobór bohaterów kampanii umożliwił ukazanie osób doświadczających niepełnosprawności w różnych aspektach życiowych: rodzicielstwie, partnerstwie, kobiecości, intymności oraz pewności siebie.

Nieustanne działania na rzecz zmiany wizerunku OzN

Kampania „Pełnosprawni w miłości” jest tylko jednym z elementów tego, co Fundacja Avalon robi w obszarze seksualności i rodzicielstwa osób z niepełnosprawnościami w ramach projektu Sekson. Fundacja Avalon nieustannie poszerza wiedzę społeczeństwa odnośnie relacji, rodzin i związków osób z niepełnosprawnościami. Dlatego też w ramach projektu poświęconego seksualności i rodzicielstwu OzN powstała platforma edukacyjna i organizowane są liczne działania edukacyjne, w tym także coroczna Konferencja Sekson, będąca spotkaniem reprezentantów środowisk osób z niepełnosprawnością, specjalistów_ek i ekspertów_ek z zakresu: seksuologii, ginekologii, urologii, psychologii, a także działaczy i działaczek na rzecz osób z niepełnosprawnościami. Konferencja Sekson 2022 została zaplanowana na październik.

Kampania “Pełnosprawni w miłości” została zrealizowana dzięki dofinansowaniu ze środków PFRON.

Projekt Sekson powstał w 2019 roku, ma na celu rzetelne edukowanie w obszarze seksualności i rodzicielstwa osób z niepełnosprawnością ruchową. W ramach projektu powstała platforma edukacyjna www.sekson.pl, Mapa Dostępności – wyszukiwarka dostosowanych gabinetów i /specjalistów z doświadczeniem w pracy z osobami z niepełnosprawnościami, prowadzone są także spotkania live oraz cykl wywiadów #wylaczamytabu #wylaczamywiedze ze specjalistami i osobami z niepełnosprawnościami. Co roku organizowana jest konferencja Sekson poświęcona seksualności i rodzicielstwu osób z niepełnosprawnością ruchową.

Fundacja Avalon to jedna z największych organizacji pozarządowych w Polsce wspierających osoby z niepełnosprawnościami i przewlekłe chore, powstała w 2006 roku, a od roku 2009 posiada status organizacji pożytku publicznego. Ma siedzibę w Warszawie, jednak swoim wsparciem obejmuje osoby potrzebujące z całej Polski. Fundacja oferuje pomoc potrzebującym w obszarze finansowym, a także prowadzi szereg programów społecznych i edukacyjnych, mających na celu aktywizację OzN a także zmianę postrzegania osób z niepełnosprawnościami w polskim społeczeństwie.

Fundacja Avalon aktualnie wspiera blisko 12 000 osób z całej Polski. Łączna wartość pomocy udzielonej dotychczas przez Fundację swoim podopiecznym wynosi ponad 260 mln złotych.



IP_kampania_800×372.png

[Download](#)



Kampania Pełnosprawni w Miłości_podsumowanie.docx

[Download](#)



Kampania Pełnosprawni w Miłości_podsumowanie.pdf

[Download](#)



IP_kampania_1280x640.png

[Download](#)