



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

17. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand PRix 2024.

Kategorija: Grand PRix za digitalnu komunikaciju i komunikaciju na društvenim mrežama, za komunikaciju uz pomoć AI alata

Naziv projekta: **Humanitarna razmjena & aukcija dresova**

Agencija: Nova TV d.d.

Razdoblje realizacije projekta: od 13. studenog do 16. prosinca

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Udruga za osobe s intelektualnim teškoćama Kamenčići, djeluje na području Šibensko-kninske županije još od 1998. godine. Kako bi riješili problem educiranja odraslih osoba s intelektualnim teškoćama o samostalnom životu i osigurali životni prostor svojim štićenicima pokrenuli su humanitarnu akciju 'Prvi korak prema samostalnom stanovanju'.

Ciljevi: Glavni cilj bio je prikupiti najmanje 10 tisuća eura za pomoć Udruzi „Kamenčići“. Operativni ciljevi: ostvariti doseg od minimalno 500.000 korisnika na društvenim mrežama; minimalno 10 objava na pripadajućim kanalima Nove TV; prikupiti 10 dresova u fazi razmjene projekta te ostvariti suradnju sa svim HNL klubovima; ostvariti minimalno 500 ponuda na aukciji, od čega minimalno pet ponuda za svaki dres.

Provedba: Portal gol.hr i podcast „Utakmicu po utakmicu“ uoči blagdana 2023. godine pokrenuli su projekt humanitarne razmjene i aukcije dresova kakav dosad nije viđen na ovim prostorima. Naime, čitatelji i ljubitelji nogometa imali su priliku postati vlasnici „ružnih“ božićnih džempera koje su organizatori projekta dali posebno izraditi po uzoru na retro dresove, kao i vlasnici potpisanih dresova svih prvoligaških klubova u Hrvatskoj, a iznosi koje su na online aukciji utrošili za ove jedinstvene artikle donirani su humanitarnoj akciji Udruge osoba s intelektualnim poteškoćama Šibensko-kninske županije „Kamenčići“ pod nazivom „Prvi korak do samostalnog stanovanja“. U prvoj fazi projekta, fazi razmjene, pratitelji gol.hr-a i podcasta imali su priliku nogometne dresove koje posjeduju ponuditi u zamjenu za jedan od pet različitih božićnih dresova-džempera. Druga faza projekta, aukcija, je ujedno bila i vrhunac projekta. U njoj su se sudionici mogli cjenkati za aukcijske artikle: potpisane dresove poznatih hrvatskih, ali i svjetskih nogometaša, kao i džempera i dresova prikupljenih u razmjeni.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Projektom je prikupljeno 20.739,09 eura što je 12,2 posto ukupnog iznosa koji je udruzi potreban za gradnju objekta za njihove korisnike, od čega je je 10.302,00 eura prikupljeno samom aukcijom. Prikupljeno je 47 dresova i ostvareno 1.328 ponuda (+165,5% od cilja), od čega je svaki dres imao više od 5 ponuda. Ostvarena je suradnja sa svim HNL klubovima i svi dresovi su prodani, a najveći postignut iznos bio je 812 eura. Operativni ciljevi su također ostvareni: ukupan doseg od 786.527 korisnika (IG, FB, GA) uz 474.704 playeva i 16.505 likeova na postove (IG analitika). Ponudeni dresovi na stranici aukcije.hr pregledani su više 44.000 puta (aukcije.hr). Kreirano je ukupno 16 objava na pripadajućim online i televizijskim kanalima Nove TV (portal gol.hr i novatv.hr, Dnevnik Nove TV i IN magazin).

Kreativnost i inovativnost: Ovaj projekt zamišljen je kao „feel good“ proces razmjene i darivanja s krajnjim ciljem pomoći onima kojima je pomoć potrebna. Inovativan je i kreativan u nekoliko aspekata: dosad nitko nije dizajnirao tzv. „ružne“ božićne na temu retro dresova vezanih uz hrvatski nogomet; nitko još nije napravio „swapaway/razmjenu“ stvari (konkretno - mi vama džemper, vi nama dres) s pratiteljima na društvenim mrežama.

Društvena vrijednost i opća relevantnost: Projekt je pokazao kako je s malo utrošenog budžeta, ali kreativnom i atraktivnom idejom, moguće dosegnuti i potaknuti širu javnost na humanitarno djelovanje.