



Realizace projektového záměru Kampaň MOST



Projekt Monitoring a vyhodnocování KPSS
na Otrokovicku



Aktivity, které proběhly

Tvorba loga kampaně



- Školy, které se zapojily:
 - ZŠ Mánesova Otrokovice
 - ZŠ TGM Otrokovice
 - ZŠ Trávníky Otrokovice
 - ZŠ Tlumačov
 - 1. ZŠ Napajedla
 - 2. ZŠ Napajedla



Výběr nejlepšího loga kampaně MOST



**6.2.2013
13:00
MěÚ Otrokovice**



Ocenění autora nejlepšího loga



11.2.2013

10:00

ZŠ Trávníky Otrokovice

Vítěz: Eva Ambruzová

Výstava výkresů log kampaně



- MěÚ Otrokovice, MěÚ Napajedla, Otrokovická BESEDA, DDM Napajedla, KIS Tlumačov



Grafické zpracování vítězného loga

MANUÁL LOGOTYPU MOST

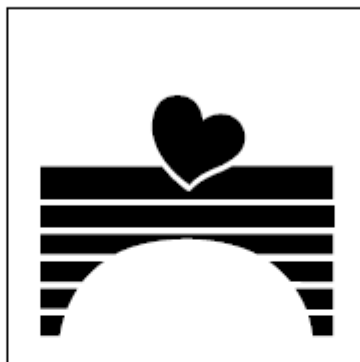
V PŘÍPADĚ POUŽITÍ LOGA
PŘIKLÁDEJTE I TENTO MANUÁL

BAREVNÁ VARIANTA

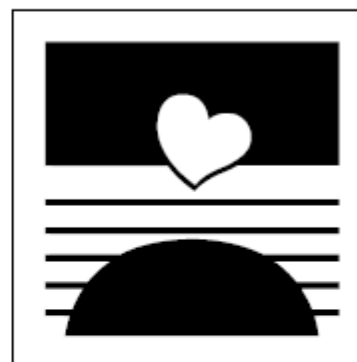


 PANTONE 485 C CMYK 0/100/91/0 RGB 254/0/12
 PANTONE Process Black CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0

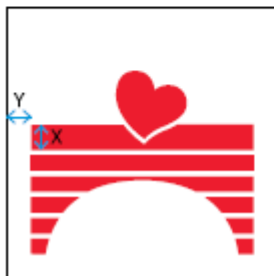
ČERNOBÍLÁ VARIANTA



VARIANTA NEGATIVU

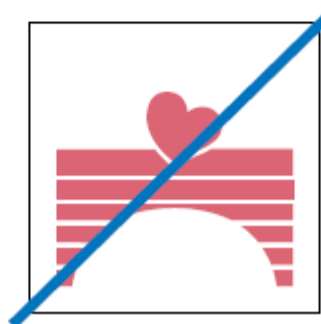


OCHRANNÁ ZÓNA



$X = Y$

NESPRÁVNÉ VARIANTY POUŽITÍ



Jitka
Bartoňková

25.2.2013

První stříkání chodníků



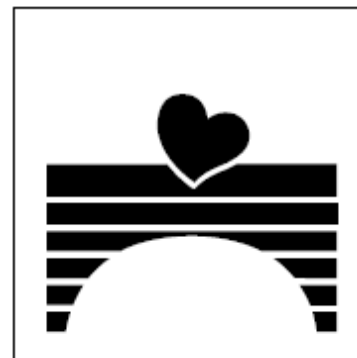
Noc z 9. na
10. března
2013

NZDM Šlikr



Další aktivity, které proběhly

- Distribuce samolepek s logem kampaně školám, které se zapojily
- Logo na webu zapojených organizací - obec Tlumačov, město Napajedla, Madio o.s., Unie Kompas, Salesiánský klub dětí a mládeže, ČČK, Otrokovická BESEDA, město Otrokovice
- Kalendář akcí kampaně MOST na webu města Otrokovice



- Zamyšlení čtenáře na webu otrokovice.org a v Otrokovických novinách
- Umístění loga na další veřejná místa



Pište

Hovno vs. Mostoláskaf

2013-04-01 18:45 vytvořil: Administrator

Denně chodím venčit svého pejska. Nosím s sebou sáček na exkrementy a dávám pozor aby se Honzik nevyčůral někomu na pneumatiku jeho čtyřkolého miláčka. Chovám se jako spořádaný občan Otrokovic. Nechci, aby mě policajti honili po městě za to, že nemám „psí hovno v kapse“, ale nechci jím je u chodníku.



Otrokovice.org - Most, Foto: Pleva, 2013

Včera jsem na Baťově zjistil, že krom pejskařů naše chodníky znečišťují i jiní. Hned na Baťově jsou chodníky postříkány od Cafe Naděje (dokonce se podepsali). No, jsou hned vedle a prý to je „sociálně terapeutická dílna“, jak mi bylo řečeno a že je to reklama. „No... čert to vem“ řekl jsem si, když jim to pomůžu. Cestou mě mijeli Městští policisté, kteří skenovali pohledem mého pejska, asi ještě nedělá něco, co nemá, nebo já? Chvilku nato jsme s Honzou došli až ke Štěrkovšti. Přímou na zastávce se asi nějaký „frajírek“ rozhodl ukázat, co v něm je, a nastříkal bílým sprejem na chodník nějaký obrazec. Most se srdcem uprostřed. Láska až za most, nebo nějakou jinou parafrázi to má znázorňovat? Nevím, vážně nevím. Ještě tam chybělo $P+M=VSL$, nebo něco „podobně dospělého“, jako postříkat chodník sprejem. Někdy si říkám, co vede sprejery k tomu, aby postříkali tamsu a pak zase jinou stěnu, zničili fasádu či nový vlak. Odpověď nemám. Možná jsem na to už starý, nechápu dnešní mládež, jsem „out“, jak by řekl můj syn. Dokonce jsem zjistil, že město vyhradilo plochy, kde se to takzvané „může“. Tak proč si tento vandál nevybral nějakou z těchto ploch? Tam by po jeho „Mostu se srdcem“ lidé každý den aspoň nešlapali a tento „láskyplný podpis“ by jim zůstal na očích. Nechal bych celou záležitost plavat, kdybych hned druhý den po tomto zážitku nešel po městě a zamyšlen se dívaje do země nezjistil, že „Mostoláskaf“ vzal útokem chodníky i v jiných částech Otrokovic. Najednou jsem měl pocit, že ty Mosty jsou na každém kroku. Myslím si, že nejsem žádný „štěžovatel“, ale stálo mi za to napsat tohle zamyšlení. Kdo vlastně a jak spíná město? A proč mu to prochází?

Až dnes přijdu z práce domů, vyrazíme ven s Honzou. Naschvál půjdu bez sáčku. Tak by to asi udělal můj syn. Naštvaný na systém. Já se pro ten sáček vrátím.

Autor: Jiří Pleva

KAMPAŇ MOST

Můj syn a Most v Arles

Včera jsem měla rozhovor se svým synem. Je mu sedmnáct a prý už je dospělý. Denně mě ale přesvědčuje o opaku. Možná jsem na některé věci už přecitlivělá, ale musím přiznat, že mě někdy dokáže vytočit opravdová hloupost.

V posledním půlroce si našel novou zábavu. Sprejování. Ano, mám doma sprejera. Musela jsem si to přiznat. Prý na tom není nic špatného, že tomu nerozumím, mám zbytečný strach a že už je skoro dospělý. Má vlastně pravdu. Za půl roku tomu tak bude.

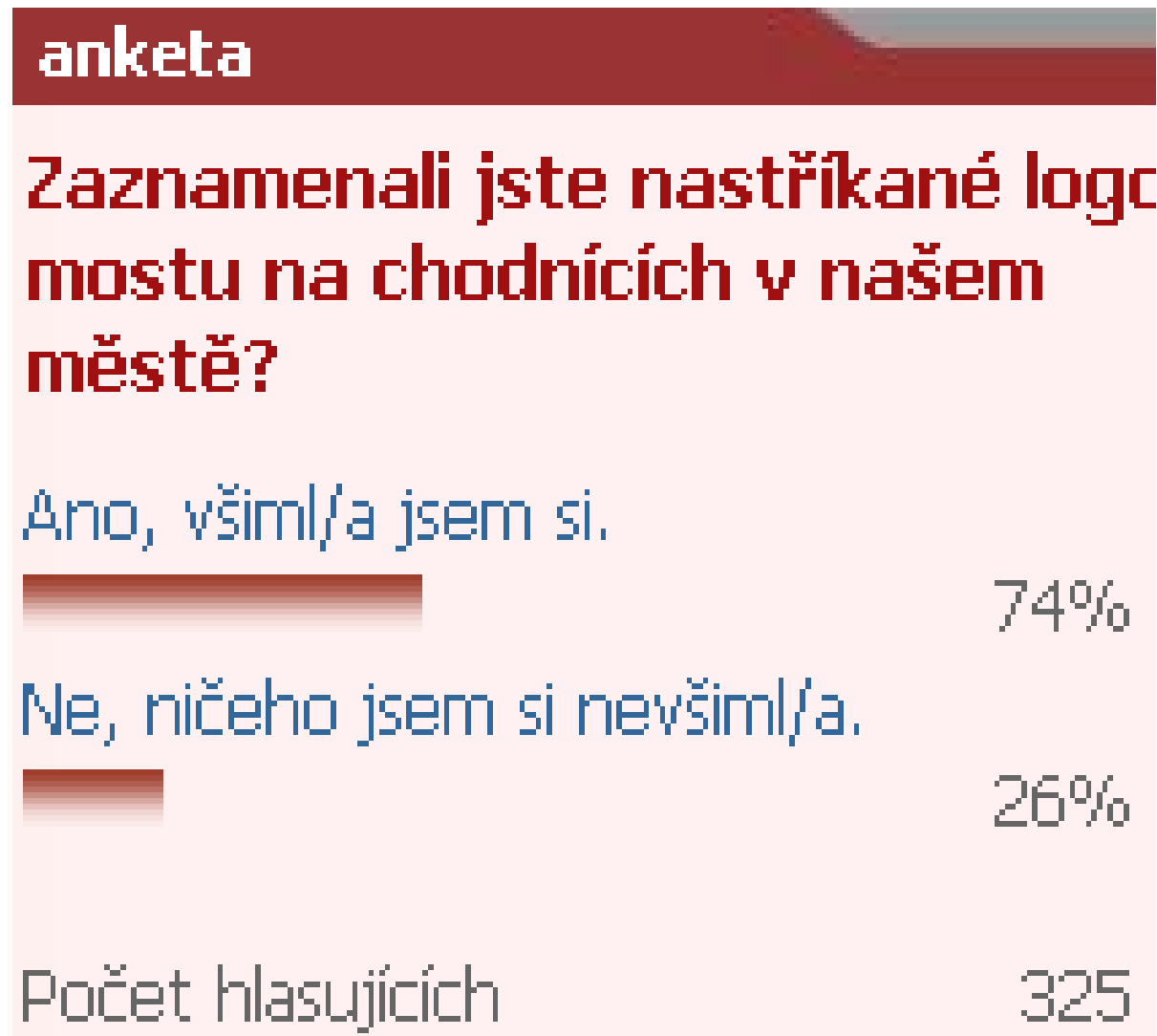
Ráno jsem, jako každý všední den, šla do práce. Tentokrát to bylo jiné - měla jsem nové kozačky. Stojím na konečné pětapadesátky a pořád si je prohlížím. Bylo to den po trošičce ostřejším rozhovoru se synem, kdy se mi snažil vysvětlit, že sprejování je taky umění, stejně jako třeba malby nebo divadlo. Na chodníku, přímo na zastávce, v kontrastu s mými kozačkami, je něco nastříkané. „To není možné! On mě chce naštvat!“ vyhrklo ze mě nahlas, až se paní vedle mě lekla. Pode mnou, přímo na chodníku, byl nastříkaný, ne moc povedený, můj oblíbený obraz Most v Arles od van Gogha. Aspoň jsem si to myslela. Včera večer mi při tomto přirovnání se sprejováním synek našťavaně prásknul dveřmi a šel někam ven. Plná emocí jsem rychle nasadla do právě přistaveného autobusu a pokračovala do práce. To jsem nevěděla, že tento obraz Mostu ještě cestou potkám několikrát.

Absolutně rozložená a s pocitem „neschopné matky“ jsem po příchodu do práce, ignorující pochvalné či závistivé komentáře mých nových bot, zamířila do kanceláře. Po odvykládání celé této story své kolegyni jsem čekala, co mi na to řekne. Kupodivu se začala smát. Nepřišlo mi na tom nic k smíchu. Následně mi vysvětlila, že to má do Mostu v Arles daleko. Když se prý pořádně podívám, je to nějaký most se srdcem uprostřed. Už se o tom bavili s ostatními, protože na to narazilo víc lidí, a taky je to nastříkáno před našimi kanceláři na chodníku. Teorii, co to má být, už je hodně, ale s Mostem v Arles jsem asi nejoriginálnější. Kolega to má i na chodníku kousek od domu, soused zase vykládal, že už o tom psal nějaký našťavaný chlap na portále Otrokovice.org. Šéf přišel s tím, že to viselo i na jakési výstavce dětských obrázků. Tam náš mladý své výtvary určitě nevystavuje. Zjistili jsme, že vlastně vůbec nevíme, o co jde. Po návratu domů jsme měli další rodičovský rozhovor. Ani doma se neví, co ten most se srdcem znamená. Spadl mi kámen ze srdce, že v tom nemá prsty naše rodina. Dokonce se mi vrátila i radost z nových kozaček.

Nikdy jsem takto do novin nepsala. Třeba můj „příběh z Otrokovic“ vytisknete. Mimochodem, nevíte, o co s těmi Mosty jde... ? :)

(písačka si nepřála vzhledem k tomu, že syn je sprejer, uveřejnění svého jména, redakce jej však má k dispozici)

Anketa na webu města - ukončená



Druhé stříkání chodníků



Noc z 13. na 14.
dubna 2013



Graffiti akce + výstava sololitových desek na zastávkách MHD



17.4.2013



UNIE KOMPAS



Nealkodiskotéka



30.4.2013



Májová pouť – odhalení myšlenky kampaně

1.5.2013

- Stánek KPSS, Madio o.s., ŠLIKR a ČČK
- Logo kampaně na stáncích s občerstvením
- Scénka divadla Malá scéna Zlín – odhalení myšlenky kampaně



Město Otrokovice a Otrokovická BESEDA pořádají

MÁJOVÁ POUŤ a odemykání vody v přístavišti na řece Moravě

1. května 2013

Program:
Přistavíště:

8.30	Rocková skupina CESTUJÍCÍ HUDBA (Produkce do 12 hod.)
9.00	Vystoupení makrozetek DDM Sluníčko
9.05	Odemykání vody za účasti starosty města
9.30 – 11.00	Divadelní soubor TVJÁTR – vodnické hračky a soutěže pro děti
9.30 – 17.00	Plovby lodí Morava pro veřejnost v intervalu 40 min. Cena lístka 30 Kč.
	Předprodej v pokladně Otrokovické BESEDY a prodej na místě.
10.00	Vystoupení herců divadla Malá scéna

Park před Společenským domem:

10.00	Zahájení Pouti představením města Otrokovice
10.00 – 12.00	Dobrá hudba Frýstádko-jevovina
13.00 – 14.00	BERENDAL dětem – veselá pohádka, šerm a tanec
14.15	Vystoupení herců divadla Malá scéna
14.30 – 15.30	Folková skupina HOSBAND
16.00 – 17.00	VALDA GANG populární revál Waldemara Matušky

Programem provází Radek Chmela a Lukáš Laciaga

Doprovodný program:

Stánek Kampaně MOST, ukázky aktivit a činnosti DDM Sluníčko, MADIO o.s., ČČK, kolotoče, projíždky na koních a ponících, jízdy na motorcích, skákací hrady a další poutové atrakce.

  **Dopravu mezi přístavištěm a parkem, (za příznivého počasí) zajišťuje vlaček Moravský drak.**

Rezervace míst na stánky a zaplacení zálohy v Technických službách Otrokovice, ul. K. Čapka 1256, pl. Kunderová, 577 927 997 od 24. dubna od 7 hodin do 30. dubna do 10 hodin.



TZ na webu města, na webu Madio o.s. na webu otrokovice.org, článek v ON, vysvětlení kampaně do škol

Mosty nejen na otrokovických chodnících, o co jde?



6.5.2013, Mgr. Lenka Krupková, tisková mluvčí

Během posledních měsíců se občané Otrokovic setkávali s logem Mostu snad na každém kroku, a to někdy i doslova. Kampaň zaměřenou na problematiku požívání alkoholu dětmi a mladistvými připravilo občanské sdružení Madio společně s otrokovickou pobočkou Unie Kompas a městem Otrokovice.

Samotná myšlenka kampaně vznikla na jednom ze zasedání pracovních skupin, které v rámci Komunitního plánování sociálních služeb na Otrokovicku město Otrokovice pořádá. „Velkým problémem, který trápí snad všechny organizace zabývající se prevencí u dětí a mladistvých, je nalévání alkoholu dětem, a to nejen ze strany restauračních zařízení, ale zejména ze strany rodičů. Právě negativní vliv rodiny, vyplývající ze statistik, byl natolik alarmující, že jsme se rozhodli jít formou kampaně, která by pomohla situaci zlepšit,“ přiblížil důvod vzniku kampaně starosta města Otrokovice Jaroslav Budek. Ve statistikách totiž většina mladých lidí uvádí, že největší vliv v oblasti konzumace alkoholu na ně měli rodiče. Až na druhém místě stojí kamarádi. U alkoholu, evropská studie ESPAD zjistila, že zatímco v okolních zemích popíjí alkohol zhruba 57 procent školáků, v Česku je to neuvěřitelných 79 procent.

Cílem tedy bylo vytvořit kampaň, která by prostřednictvím různorodých činností dětí, jako byla například tvorba loga, graffiti jam, nealko diskotéka či stříkání loga MOSTu na chodníky, oslovila rodiče a vyzvala je k většímu zájmu o problematiku dětí a alkoholu, především ale ke komunikaci se svými dětmi na téma škodlivosti alkoholu. Kampaň MOST byla vedena netradičním způsobem. „Využili jsme moderních marketingových komunikací, konkrétně prvků Word Of Mouth Marketingu takzvané šeptandy a Guerillového marketingu. Celý záměr kampaně byl až do prvního května více či méně tajný - tak, aby o mostech mluvili spíše občané a ne zástupci města. Cílem bylo vyvolat diskusi a vzbudit emoce mezi obyvateli a návštěvníky města. Oba typy komunikace zafungovaly úchvatně. Velmi brzy po nastříkání mostů na chodníky se mezi lidmi spustila „šeptanda“ o tom, co to má být. Názorů bylo velmi mnoho. Také díky určité dávce nevole u některých lidí, která kampani velmi pomohla, se dostala informace o Kampani MOST i na Facebook, kde lidé hojně hlasovali a diskutovali. Kampaň MOST nyní běží a během května o ní jistě ještě uslyšíte. Jsem rád, že se podařilo kampaní oslovit dospělou populaci, vyvolat u ní emoce. Nyní je jen na rodičích, jestli stejné úsilí a čas, které věnovali diskusi nad zanedbáním hodnou záležitostí, jako je „most na chodníku“ budou věnovat i rozhovorům daleko důležitějším - vysvětlování svým dětem, proč by neměly alkohol pít,“ uvedl ředitel Madio o.s. a spoluautor Kampaně MOST Petr Štěpánek.

Přilohy:

Zobrazeno : 180 x



Poslat emailem

Mosty v Otrokovících bojují proti alkoholu



Autorka loga. Logo kampaně Most je dílem Evy Ambrozové. V různých barevných provedeních se logo objevilo na chodnících.

Samotná myšlenka kampaně vznikla na jednom ze zasedání pracovních skupin, které v rámci Komunitního plánování sociálních služeb na Otrokovicku pořádá město Otrokovice. Do kampaně se spolu s městem zapojila společnost Madio, o.s. a Unie Kompas.

Aktuálním problémem, který se řešil napříč zúčastněnými organizacemi, bylo nalévání alkoholu dětem, a to nejen ze strany restauračních zařízení, zejména pak ze strany rodičů.

Prevážná většina mladých lidí uvádí, že největší vliv v oblasti konzumace alkoholu na ně měli rodiče. Děti už v první třídě

uvádějí, že jim rodiče dali alkohol ochutnat. Nalévají dětem alkohol například na oslavách či po obědě. Naopak jim alkohol, v kontrastu s předešlým chováním, striktně zakazují s tvrzením, že to není pro děti. Z jakého důvodu, však dětem již neřeknou.

Různily se názory na to, jak s inkriminovanou cílovou skupinou vlastně komunikovat. Inkriminovanou skupinou jsou myšleni rodiče dětí z Otrokovic, Napajedel, Tlumačova a dalších do kampaně zapojených obcí. Každý z pracovních skupin uváděl jiné postupy – od letáček přes třídní schůzky až k plakátům. Celý záměr kampaně byl až do prvního května více či méně tajný - tak, aby o mostech mluvili spíše občané a ne zástupci města. Cílem bylo vyvolat diskusi a vzbudit emoce mezi obyvateli a návštěvníky města.

Velmi brzy po nastříkání mostů na chodníky se mezi lidmi spustila „šeptanda“ o tom, co to má být. Názorů bylo velmi mnoho. Také díky určité dávce nevole u některých lidí, která kampani velmi pomohla, se dostala informace o Kampani MOST i na Facebook, kde lidé hojně hlasovali a diskutovali. Kampaň MOST nyní běží, během května o ní jistě ještě uslyšíte.

Jsem rád, že se podařilo kampaní oslovit dospělou populaci, vyvolat u ní emoce. Nyní je jen na rodičích, jestli stejné úsilí a čas, které věnovali diskusi nad zanedbáním hodnou záležitostí, jako je „most na chodníku“, budou věnovat i rozhovorům daleko důležitějším - vysvětlování svým dětem, proč by neměly alkohol pít.

Petr ŠTĚPÁNEK,
ředitel Madio o.s.

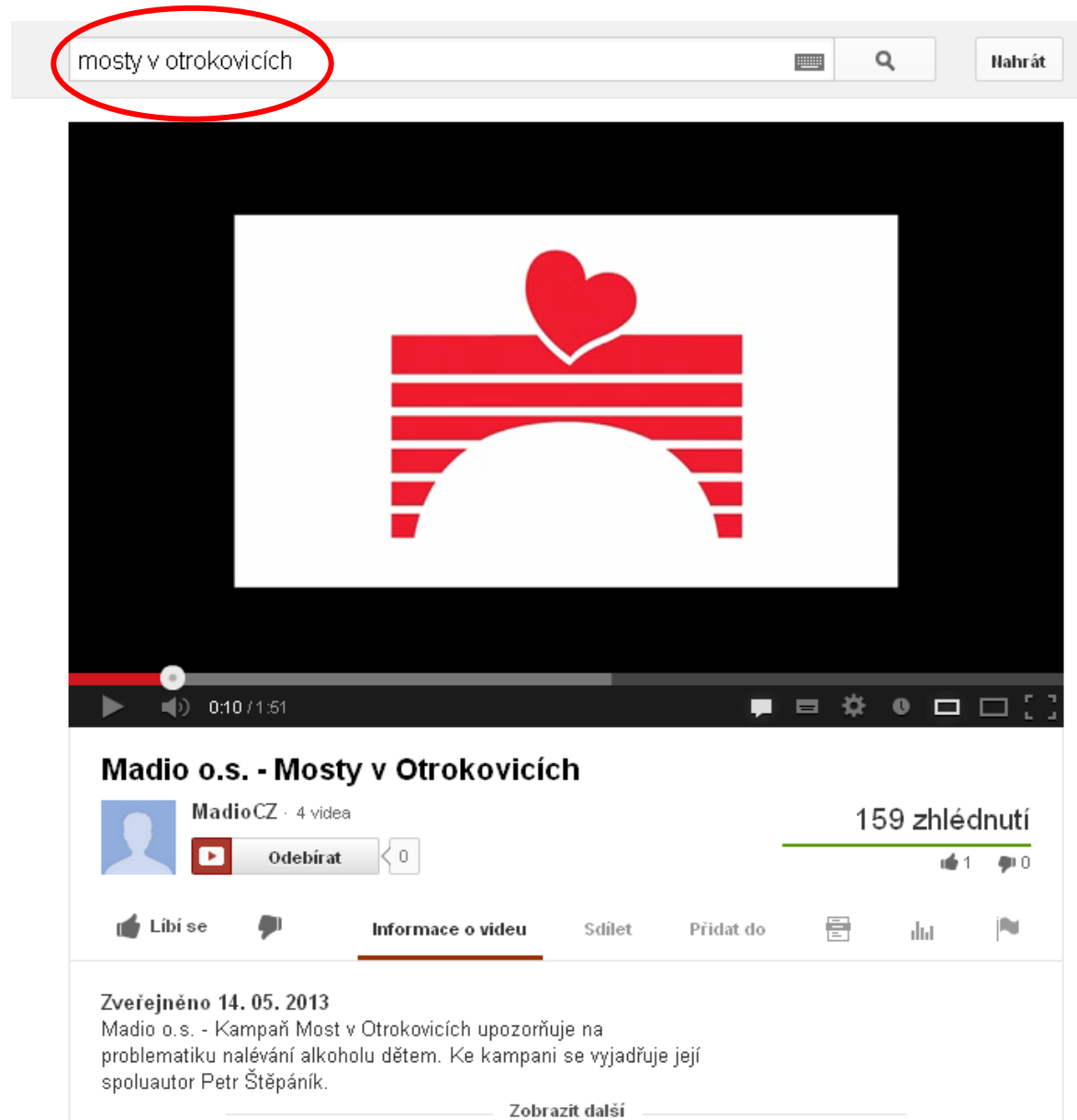
a spoluautor Kampaně MOST



Aktivita, které probíhají

Video na youtube.com

http://www.youtube.com/watch?v=1aGTCY_OWL4



The image shows a screenshot of a YouTube video player. At the top, the search bar contains the text "mosty v otrokovicích", which is circled in red. To the right of the search bar are icons for keyboard input, search, and a "Nahrát" (Upload) button. The video player itself shows a red graphic of a bridge with a heart on top. Below the video, the title "Madio o.s. - Mosty v Otrokovicích" is displayed. To the left of the title is a profile picture of a person and the text "MadioCZ · 4 videa". To the right of the title is the view count "159 zhlédnutí" and a thumbs up/down icon. Below the title, there are buttons for "Libí se" (Like), "Odebírat" (Subscribe), and "Informace o videu" (Video info). The "Informace o videu" button is highlighted with a red underline. Below these buttons, the text "Zveřejněno 14. 05. 2013" is shown, followed by a description: "Madio o.s. - Kampaň Most v Otrokovicích upozorňuje na problematiku nalévání alkoholu dětem. Ke kampani se vyjadřuje její spoluautor Petr Štěpáník." At the bottom right, there is a link "Zobrazit další" (Show more).

mosty v otrokovicích

Madio o.s. - Mosty v Otrokovicích

MadioCZ · 4 videa

159 zhlédnutí

Libí se Odebírat Informace o videu Sdílet Přidat do

Zveřejněno 14. 05. 2013

Madio o.s. - Kampaň Most v Otrokovicích upozorňuje na problematiku nalévání alkoholu dětem. Ke kampani se vyjadřuje její spoluautor Petr Štěpáník.

Zobrazit další

Letáky do škol a na veřejná místa pro rodiče



„Při prvním poháru člověk pije víno, při druhém poháru víno pije víno,
při třetím poháru víno pije člověka.“
Japonské přísloví

KDY NAPOSLEDY
...jste nechali v ledničce rozpitou láhev vína?
...jste pili alkohol před svým dítětem?
...jste umožnili Vašemu dítěti napít se alkoholu?
...jste mluvili s Vašimi dětmi o následcích pití alkoholu?

CO MŮŽETE ZMĚNIT VY?

město OTROKOVICE **UNIT KOMPAS** **MADIO o.s. www.madio.cz**

Proklik loga na web o sociálně patologických jevech – otrokovice.org

<http://www.otrokovice.org/index.php/prevence-54/items/rodice-deti-a-alkohol.html>

Na webu
www.otrokovice.org

Rodiče, děti a alkohol. Co dělat, když...?

2013-05-23 16:28 vytvořil: Administaror

Kampaň Most, která v Otrokovicích právě probíhá, se snaží upozorňovat na problematiku nalévání alkoholu dětem. První zážitek s alkoholem mnozí získávají už coby nezletilí. Až 30 % patnáctiletých dokonce pije alkohol více než 10 x měsíčně. Podle ankety Fóra Pijte s rozumem přiznává až 83 % rodičů dětí ve věku od 15 let, že jejich dítě pije či pilo alkohol. Poučení, které by před první konzumací měly děti dostat, je však často nedostatečné. Podle zdravotnických výzkumů se lidský mozek vyvíjí až do 25 let, takže čím dříve a čím více alkoholu mladý člověk vypije, tím více to ovlivní vývoj jeho mozku.



Ostatní aktivity od května a června 2013

- Městská televize Otrokovice – rozhovory s odborníky
- Výstava log a fotek kampaně na KÚ ZK – od 3.6.2013
- Setkání majitelů a provozovatelů restauračních zařízení ze zástupci MěÚ, MP, PČR
- Zpracování evaluace a tisk evaluace



Průběžný rozpočet kampaně



měsíc	aktivita	Plánovaná částka	Plán město	Plán ZK, či jiný donátor	Skutečná částka	Skutečná částka - město	Skutečná částka ZK, či jiný donátor
proběhlo	III.13 výroba a tisk loga na nálepky (1 500 ks)	1 500 Kč	1 500 Kč		1 089 Kč	1 089 Kč	
	III.13 umyvateľné spreje, šablony na stříkání chodníků - 1. stříkání	3 000 Kč	3 000 Kč		2 592 Kč	2 592 Kč	
	IV.13 umyvateľné spreje, šablony na stříkání chodníků - 2. stříkání	2 000 Kč	2 000 Kč		2 363 Kč	2 363 Kč	
	IV.13 Grafity akce - spreje, sprejeři, ozvučení, podium, desky, DJs atd.	39 000 Kč	7 000 Kč	32 000 Kč	16 498 Kč	1 710 Kč	14 788 Kč
	IV.13 Nealko diskoshow 30.4. 2013	5 000 Kč		5 000 Kč	7 967 Kč		7 967 Kč
zbývá	V.13 Prvomájová pouť 1.5. 2013 - odměny pro ČČK a za divadlo	1 000 Kč	1 000 Kč		0 Kč	0 Kč	
	V.13 letáčky pro děti/rodiče - výroba a tisk	10 000 Kč	10 000 Kč		0 Kč	0 Kč	
	VI.13 Evaluace - tisk + zpracování	14 000 Kč	14 000 Kč		0 Kč	0 Kč	
Suma		75 500 Kč	38 500 Kč	37 000 Kč	30 509 Kč	7 754 Kč	22 755 Kč

Reálný dopad kampaně MOST v Otrokovicích



Realný dopad akce **MOST** v Otrokovicích.
(Vtipálek)