

## KAMPANIE SPOŁECZNE –NIEPEŁNOSPRAWNI A POLSKI RYNEK PRACY.

**1.NAZWA KAMPANII:** „Praca dla każdego niepełnosprawnego - kampania medialna”<sup>1</sup>  
Hasło przewodnie kampanii: „**Niepełnosprawni –pełnosprawni w pracy**”.

**GRUPA DOCELOWA:** Kampania skierowana jest przede wszystkim do potencjalnych pracodawców i pracowników otwartego rynku pracy, którzy w przyszłości mogą zatrudniać lub współpracować z osobami niepełnosprawnymi.

**CEL KAMPANII:** Celem projektu jest zmiana postaw społecznych wobec osób niepełnosprawnych, które są wynikiem pewnego stereotypu funkcjonującego w społeczeństwie, stającym się barierą w zatrudnieniu osób niepełnosprawnych, często postrzeganych jako „inne”. Taki stosunek wynikać może z niewiedzy jak postępować z osobą w niepełni sprawną, co z kolei sprawia, że osoba taka jest postrzegana jako nieefektywny pracownik. Ponadto pracodawcy często nie zdają sobie sprawy z korzyści płynących z zatrudnienia oraz o prawnych i systemowych rozwiązaniach wspierających zatrudnienie osoby niepełnosprawnej.

### **OPIS KAMPANII:**

Projekt ten realizowany przez **Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych** pozwoli zniwelować powyżej wymienione przeszkody stojące na drodze wejścia osób niepełnosprawnych na rynek pracy i dostrzec w niej wartościowego pracownika, często lepiej wykwalifikowanego niż osoba sprawna.




Kampania ma szansę dotrzeć do szerokiego grona adresatów, gdyż trwa przez 9 miesięcy (marzec – listopad 2006), a jej nośnikami są następujące media: telewizja, prasa, radio, outdoor, Internet. (Reklama telewizyjna oraz prasowa znajduje się w załączniku<sup>2</sup>).

<sup>1</sup> Informacje opracowane na podstawie portalu internetowego obsługującego kampanię: <http://www.pelnosprawniwpracy.pl/>, wykorzystane za zgodą Pani Beaty Daniszewskiej – Bocian, kierownik projektu z Wydziału Realizacji Programów Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych

<sup>2</sup> Materiały otrzymaliśmy od Pani Beaty Daniszewskiej- Bocian, za co serdecznie dziękujemy. Wszystkie prawa zastrzeżone PFRON.



Na portalu internetowym obsługującym kampanię pracodawca może znaleźć informacje o faktycznych korzyściach wynikających z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej odnośnie między innymi:

-  dofinansowania do wynagrodzeń
-  ulg w składkach na ubezpieczenia społeczne
-  ulg w obowiązkowych wpłatach na Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

Trudno w tym momencie mówić o rezultatach kampanii, gdyż jeszcze się nie zakończyła. Jednak jak się dowiedzieliśmy od kierownika projektu Pani Beaty Daniszewskiej – Bocian „strona kampanii największym zainteresowaniem cieszyła się w momencie jej rozpoczęcia, czyli w marcu. Związane ty było z wysłaniem do adresatów projektu listu e-mailingowego. W następnych miesiącach zauważamy stały wzrost - jest on intensywniejszy po emisji spotów TV”

**2. NAZWA KAMPANII:** „Sprawni w pracy”- zatrudnianie osób niepełnosprawnych<sup>3</sup>. Cykl kampanii realizowanych przez Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji.



Niepełnosprawni potrzebują świetnej roboty w pracy.  
Zatrudnij ich u siebie. Zyskujesz:  
• dofinansowania do wynagrodzeń  
• refundację części składek ZUS  
• zwolnienie z opłat na PFRON  
• zwrot kosztów szkoleń i przygotowania stanowisk pracy.  
Więcej informacji: telefon: 800 100 100 lub 22 622 62 62




Niepełnosprawni potrzebują świetnej roboty w pracy.  
Zatrudnij ich u siebie. Zyskujesz:  
• dofinansowania do wynagrodzeń  
• refundację części składek ZUS  
• zwolnienie z opłat na PFRON  
• zwrot kosztów szkoleń i przygotowania stanowisk pracy.  
Więcej informacji: telefon: 800 100 100 lub 22 622 62 62



Źródło: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

<sup>3</sup> Informacje opracowane na podstawie witryny internetowej: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242> promującej kampanię „Sprawni w pracy”



**CEL KAMPANII:** Kampania ta stawiała sobie za cel zmianę wizerunku osoby niepełnosprawnej, utożsamianej najczęściej z niezaradnością i skazaną na utrzymywanie przez państwo. Twórcy przekazu *"Pomimo niepełnosprawności jestem sprawnym i pełnowartościowym pracownikiem"* kierowali go przede wszystkim do pracodawców, promując w ten sposób zatrudnienie osób niepełnosprawnych.

**GRUPA DOCELOWA:** Tym samym adresatami tej kampanii były osoby niepełnosprawne - które chciano zachęcić do działania w celu wejścia na rynek pracy, oraz pracodawcy, – aby to działanie dostrzegali.

**OPIS KAMPANII:**

W ramach akcji przygotowano trzy spoty telewizyjne (znajdujące się w załączniku<sup>4</sup>) oraz

reklamę prasową:



Źródło: <http://www.niepelnosprawni.info/ledge/x/12585>

Ponadto wydano pozycję pt. "Zatrudnienie osób niepełnosprawnych w politykach Unii Europejskiej i wybranych państw członkowskich" (J. Gałęziak). Publikacja ta poprzez ukazanie najciekawszych i sprawdzonych rozwiązań zatrudnienia - praktykowanych w innych krajach europejskich, jednocześnie promowała integrację osób niepełnosprawnych na rynek pracy.

**3. NAZWA KAMPANII: "Czy naprawdę jesteśmy inni"**<sup>5</sup>

W związku z Europejskim Rokiem Osób Niepełnosprawnych (2003 rok) Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji oraz agencja Leo Burnett Warszawa zorganizowało jedną z największych kampanii społecznych w Polsce.

**GRUPA DOCELOWA:** Kampania ta była kierowana głównie do społeczeństwa.

---

<sup>4</sup> Spoty reklamowe otrzymaliśmy dzięki uprzejmości Pani Doroty Landsberger z redakcji portalu Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji

<sup>5</sup> <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>



**OPIS KAMPANII:** Spoty reklamowe ukazywały prozaiczne sytuacje życiowe osób niepełnosprawnych i towarzyszące im emocje, które niczym nie różnią się od tych przeżywanych przez zdrowego człowieka w podobnych sytuacjach.

Jednym z partnerów akcji była TVP - dlatego też przez cały rok emitowano na wszystkich kanałach trzy spoty reklamowe ( znajdujące się w załączniku<sup>6</sup>). Ponadto emitowano reklamę promującą akcję na antenach stacji radiowych. Kampanii towarzyszyła również reklama wizualna w postaci 1100 tablic billboardowych i citylightowych, które pojawiły się w większości polskich miast oraz prasie ogólnopolskie.



Źródło: <http://www.niepelnosprawni.info/ledge/x/8541>

**CEL KAMPANII:** Celem kampanii było ukazanie osoby niepełnosprawnej jako pełnoprawnego członka społeczeństwa. A samych niepełnosprawnych akcja ta miała ośmielić, „zmobilizować (...) do większej aktywności społecznej i zawodowej.”<sup>7</sup>

#### **4. NAZWA KAMPANII: Niepełnosprawni – normalna sprawa**

Kampania ta jako pierwsza ogólnopolska akcja społeczna „zainicjowała społeczną debatę o sytuacji osób niepełnosprawnych w Polsce”<sup>8</sup>.

**GRUPA DOCELOWA:** Skierowana była do społeczeństwa i miała na celu zniwelowanie barier mentalnych często wynikających z niewiedzy, brakiem doświadczenia w relacjach z osobami niepełnosprawnymi.

**CEL KAMPANII:** Obcowanie ludzi sprawnych z niepełnosprawnymi najczęściej przejawia się sztuczną obojętnością o czym mówiły hasła kampanii :”nie widzieć, nie słyszeć, nie dotykać, nie wiedzieć”. Kampania miała na celu zmianę tej postawy. „*Kampania została*

<sup>6</sup> Spoty reklamowe otrzymaliśmy dzięki uprzejmości Pani Doroty Landsberger z redakcji portalu Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji

<sup>7</sup> Piotr Pawłowski, prezes Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji, <http://www.niepelnosprawni.info/ledge/x/8541>

<sup>8</sup> Informacje o kampanii zostały zaczerpnięte z strony internetowej: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>



nagrodzona "Golden World Awards" w 2001 roku przez Public Relations Association oraz nominowana jako jedna z najlepszych do nagrody ONZ<sup>9</sup>.



Źródło: <http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

**OPIS KAMPANII:** Nośnikami medialnymi kampanii były głównie tysiące billboardów oraz zdjęcia w prasie ogólnopolskiej przedstawiające trzy uszkodzone rzeźby i trzy osoby niepełnosprawne.

Niestety Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji nie dysponuje informacjami odnośnie rezultatów opisanych powyżej kampanii.

## **5. NAZWA KAMPANII: „Bez Barrier”**

Realizowany przez Stowarzyszenie B4 projekt poświęcony był aktywizacji osób niepełnosprawnych na podkarpackim rynku pracy.

**GRUPA DOCELOWA:** Skierowany był przede wszystkim do osób „z lekkim i umiarkowanym stopniem niepełnosprawności ze szczególnym uwzględnieniem osób po raz pierwszy wchodzących na rynek pracy.

<sup>9</sup>Informacja ze strony internetowej Stowarzyszenia Przyjaciół Integracji:  
<http://www.integracja.org/ledge/x/13242>

**CEL KAMPANII:** Celem ogólnym przedsięwzięcia było stworzenie szans dla osób niepełnosprawnych (...) na integrację zawodową i społeczną poprzez: poradnictwo zawodowe, pomoc w aktywnym poszukiwaniu pracy, poradnictwo i wsparcie psychologiczne, szkolenia zawodowe oraz umożliwienie zdobycia praktycznego doświadczenia zawodowego<sup>10</sup>.

**OPIS KAMPANII:** W związku z powyższym utworzono w centrum Rzeszowa punkt świadczący kompleksowe usługi z zakresu aktywizacji zawodowej dla osób niepełnosprawnych.

W ramach projektu „Bez barier” uruchomiona została tematyczna strona www, rozpowszechniano również broszurki informacyjne (wzór zamieszczamy w załączniku). Ponadto starano się dotrzeć do potencjalnych podkarpackich pracodawców z informacjami odnośnie korzyści wynikających z zatrudnienia osoby niepełnosprawnej.

**REZULTAT KAMPANII:** Projekt przyniósł zatrudnienie stałe lub tymczasowe dla 12 osób i przyczynił się do wzrostu wiedzy odnośnie praw przysługujących osobie niepełnosprawnej oraz pracodawcy zatrudniającego taką osobę<sup>11</sup>.

## **6. NAZWA KAMPANII:** “Niepełnosprawni są wśród nas”



**GRUPA DOCELOWA:** Kampania ta skierowana jest do mieszkańców Powiatu Namysłowskiego.

<sup>10</sup> Informacje zdobyte w Stowarzyszeniu B4 w Rzeszowie

<sup>11</sup> Informacje zdobyte dzięki uprzejmości pracowników Stowarzyszenia B4 za co serdecznie dziękujemy.



**CEL KAMPANII:** to wykształtowanie wśród nich pozytywnego stosunku do osób niepełnosprawnych oraz zachęcenia samych niepełnosprawnych do wszczęcia kroków do samorealizacji zarówno w sferze życia społecznego jak i zawodowego.

**OPIS KAMPANII:** W związku z tym Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie w Namysłowie przygotowało w ramach projektu obszerną kampanię informacyjną<sup>12</sup> (większość z tych materiałów znajduje się w załączniku):

- spoty reklamowe, jakie ukazały się w Namysłowskiej Telewizji Kablowej;
- artykuły, które zostały zamieszczone w Namysłowskim Powiatowym Magazynie Samorządowym (nakład 12800 egz. dociera do każdego domu w Powiecie Namysłowskim) oraz w nowinach Namysłowskich (nakład 8 tys. egz. na terenie gminy Namysłów),

Ponadto w ramach projektu do końca b.r. stworzone zostaną i wydane następujące materiały informacyjne:

- 12 artykułów sponsorowanych,
- 10 spotów informacyjnych w telewizji kablowej,
- 1000 plakatów promocyjnych,
- 2000 broszur informacyjnych (wersja papierowa i elektroniczna (CD) ),
- 7000 ulotek.

W ramach projektu uruchomiono systematycznie aktualizowaną stronę internetową: <http://www.niepelnosprawni-namyslow.pl/>. Przewidziany czas trwania projektu od 01.05.2006 do 31.07.2007.

## **7. NAZWA KAMPANII: „Organizacja stanowisk, warunków i środowiska pracy pracowników niepełnosprawnych”**

**CEL KAMPANII:** Podkarpacki oddział POPON-u (Polska Organizacja Pracodawców Osób Niepełnosprawnych) jest organizatorem akcji szkoleniowej dla pracodawców mającej wspierać integrację osób niepełnosprawnych na rynek pracy. Projekt ten współfinansowany jest przez UE w ramach EFS oraz Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych.

---

<sup>12</sup>Wszystkie informacje dotyczące sposobów rozpowszechniania idei kampanii, otrzymaliśmy od koordynatora projektu Pani Marty Zamorowskiej z Wydział Promocji i Rozwoju Starostwo Powiatowe w Namysłowie, dziękujemy również za nadesłanie materiałów informacyjnych.



**GRUPA DOCELOWA:** Szkolenia te kierowane są do przedsiębiorców chcących lub zatrudniających osoby niepełnosprawne.

**OPIS KAMPANII:** Projekt obejmuje cykl pięciodniowych szkoleń. Tematyka szkoleń obejmuje kwestie związane z stworzeniem odpowiednich warunków pracy/stanowiska pracy osobie niepełnosprawnej z uwzględnieniem zasad BHP, oraz kwestie podejścia psychologicznego do osoby nie w pełni sprawnej z zastosowaniem wszelakich narzędzi motywowania i „planowania indywidualnej ścieżki rozwoju (Personal Development Plan)” pracownika. Informacje o szkoleniach są rozpowszechniane za pomocą broszur/ulotek (znajdujących się w załączniku raportu<sup>13</sup>). Na rezultaty przedsięwzięcia musimy jeszcze poczekać, gdyż szkolenia jeszcze nie ruszyły. Aktualnie POPON O/Podkarpacki rozpoczyna akcję informacyjną odnośnie szkoleń.

**8. NAZWA KAMPANII:** „Przyjazny Pracodawca- Promocja Integracji Osób Niepełnosprawnych”<sup>14</sup>

**CEL KAMPANII :**Stowarzyszenie „Otwarte Drzwi” stawia sobie za główny cel przeciwdziałanie marginalizacji społecznej – między innymi osób niepełnosprawnych.

**OPIS KAMPANII:** Stowarzyszenie propaguje idee aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych poprzez szereg działań, o których informacje znajdują się na specjalnie stworzonej stronie internetowej stowarzyszenia: [www.pracodawca.net](http://www.pracodawca.net). Ponadto Stowarzyszenie planuje nawiązać kontakty z firmami i organizować konferencje propagujące integrację osób niepełnosprawnych na rynku pracy. W ramach projektu przewidziano organizację cyklu szkoleń pod hasłem „ Asystent w pracy”. Szkolenia te będą „przygotowywać pracowników do świadczenia specjalnej pomocy oraz pełnienia funkcji asystenta zawodowego osoby niepełnosprawnej”<sup>15</sup>. Zatrudniając taką osobę pracodawca otrzyma zwrot kosztów z Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON). W celu promocji i uhonorowania zatrudnienia osób niepełnosprawnych zorganizowano również konkurs „Lodołamacze 2006”<sup>16</sup>. Adresatami

<sup>13</sup> Informacje odnośnie projektu uzyskaliśmy w Podkarpackim Oddziale POPON-u

<sup>14</sup> Wszystkie informacje zostały opracowane na podstawie portalu internetowego: [http://www.pracodawca.net/?new\\_id=15](http://www.pracodawca.net/?new_id=15) za zgodą Pani Anny Machalica ze Stowarzyszenia "Otwarte Drzwi"

<sup>15</sup> Informacje uzyskane na portalu internetowym: [http://www.pracodawca.net/?new\\_id=18](http://www.pracodawca.net/?new_id=18)

<sup>16</sup> Źródło: [http://www.pracodawca.net/?new\\_id=17](http://www.pracodawca.net/?new_id=17)



konkursu są pracodawcy zatrudniający już osoby niepełnosprawne. Stowarzyszenie „Otwarte Drzwi” posiada również Biuro Pośrednictwa Pracy dla niepełnosprawnych.

**GRUPA DOCELOWA:** Portal ten od pewnego czasu obsługuje projekt „Przyjazny Pracodawca”, który w głównej mierze skierowany jest do pracodawców/świata biznesu. Potencjalni pracodawcy znajdują tam wiele informacji prawno-doradczych, które pomogą „przybliżyć firmom komercyjnym zjawisko niepełnosprawności”.

**9. NAZWA KAMPANII:** „Wyślij CV – Ktoś czeka”. Ciszewski Public Relations – kampania społeczna na rzecz aktywizacji zawodowej osób niepełnosprawnych<sup>17</sup>.



**GRUPA DOCELOWA:** Kampania kierowana jest przede wszystkim do społeczeństwa.

**CEL KAMPANII :** to wykreowanie pozytywnego wizerunku osób niepełnosprawnych-zmianę dotychczasowej postawy społecznej. Kampania ma zachęcić również samych niepełnosprawnych do aktywnego życia społecznego i zawodowego poprzez między innymi podjęcie pracy.

**OPIS KAMPANII:** w ramach kampanii zorganizowano konferencje i seminaria, które odbędą się w 16 stolicach polskich województw (przewidziano 3200 uczestników spotkań). Uczestnikami spotkań będą: przedstawiciele lokalnych władz, samorządów, pracodawców i mediów - co z pewnością przysporzy kampanii rozgłosu i przyczyni się do jej efektywności. Przewodnie hasło spotkań brzmi: ”Niepełnosprawni - czego się obawiamy, a co tak naprawdę możemy zyskać”. Wykłady będą wygłaszać specjaliści, którzy na co dzień mają do czynienia z osobami niepełnosprawnymi oraz ci którzy promują zatrudnienie takich osób (miedzy innymi przedstawiciele: Akademii Rozwoju Filantropii, Polskiej Organizacji Pracodawców Osób Niepełnosprawnych). Każde ze spotkań zostanie uwieńczone pokazem mody z udziałem osób niepełnosprawnych oraz

<sup>17</sup> Informacje opracowane na podstawie portalu: [http://www.bezbarrier.pl/default\\_events.php?pid=78](http://www.bezbarrier.pl/default_events.php?pid=78) za zgodą Pani Agnieszka Nowak Asystentki Koordynatora Głównego Ciszewski Public Relations - za co serdecznie dziękujemy



tancerze współpracujący z nimi. Nadzór nad kampanią sprawuje Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON).

Wszelkie materiały informacyjne promujące kampanię znajdują się w załączniku raportu.

Ponadto kampania obsługiwana jest za pomocą strony internetowej

<http://www.niepelnosprawni.ciszewskipr.pl/>.

**10. NAZWA KAMPANII: NGO:SPRAWNI Niepełnosprawni - pełnosprawni pracownicy organizacji pozarządowych.** Stowarzyszenie Klon/Jawor.



**GRUPA DOCELOWA:** Kampania ta kierowana jest „do organizacji pozarządowych, które chcą inwestować w pracowników, a jednocześnie aktywnie uczestniczyć w wyrównaniu szans osób dyskryminowanych na rynku pracy”<sup>18</sup>, oraz do organizacji już zatrudniających niepełnosprawnych i samych niepełnosprawnych.

**CEL KAMPANII :** Twórcy kampanii za swój główny cel stawiają promocję osób niepełnosprawnych jako wartościowych uczestników życia społecznego i zawodowego. Tym samym: „Organizacje mogą być pracodawcą dla osób niepełnosprawnych. Osoby niepełnosprawne mogą być pełnosprawnymi pracownikami organizacji”<sup>19</sup>.

**OPIS KAMPANII:** Kampania promowana jest poprzez serię broszur pod ogólnym tytułem „Poznaj Swoje Prawa” (seria zawiera informacje odnośnie m.in.: rehabilitacji społecznej i zawodowej osób niepełnosprawnych, uprawnień i ulg, świadczeń rodzinnych czy też form promocji zatrudnienia osób niepełnosprawnych na rynku pracy). W ramach kampanii utworzono również portal internetowy, który jest bazą danych: począwszy od informacji prawno – doradczych związanych z zatrudnieniem osób niepełnosprawnych po

<sup>18</sup> Źródło: <http://www.klon.org.pl/x/167837>;

<sup>19</sup> Źródło: <http://pomocspoleczna.ngo.pl/x/144531>





<http://www.eu-integra.org>

bezpłatne oferty pracy dla osób niepełnosprawnych. Ponadto kampania posiada swój blok „Poznaj Swoje Prawa” w Telegazecie Programu II TVP<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Wszystkie informacje pochodzą z: <http://pomocspoleczna.ngo.pl/x/144553> przetworzyliśmy je za zgodą Pana Rafała Kowalskiego redaktora serii 'Poznaj Swoje Prawa' Stowarzyszenie Klon/Jawor.



**Supported by the EUROPEAN COMMISSION**  
**Employment, Social Affairs and Equal Opportunities DG**