



HRVATSKA UDRUGA ZA  
ODNOSE S JAVNOŠĆU

## 15. dodjela nagrada Grand Prix 2022.

Grand PRix za društveno odgovorno poslovanje

Naziv projekta: **Generacije zajedno**

Hrvatski Telekom i 404

Razdoblje realizacije projekta: od prosinca 2021. do prosinca 2022.

### OPIS PROJEKTA

**Analiza situacije:** Razmišljajući kako kao tehnološka kompanija možemo pomoći najpogođenijim skupinama društva u vrijeme pandemije, odlučili smo iskoristiti tehnologiju kao sredstvo koje spaja. Osmislili smo sveobuhvatni program za korisnike domova, koji uključuje donaciju tableta, neograničeni internet i edukativne materijale kroz koje su na jednostavan način objasnjeni načini kako koristiti osnovne komunikacijske alate. Povezali smo se i s Volonterskim centrom Zagreb danom pomognu pristupu domovima za starije i ubrzaju realizaciju projekta, a program smo nazvali 'Generacije zajedno'. Ključnu ulogu imaju i volonteri HT Grupe koje smo stavili na raspolaganje korisnicima domova služeći im ne samo kao „učitelji“ već i kao dragi sugovornici, pa čak i prijatelji.

**Ciljevi:** Opći cilj bio je rast percepcije HT-a kao DOP kompanije za tri posto; pozicionirati HT među top tri društveno odgovornih kompanija u Hrvatskoj, koja aktivno radi na smanjenju digitalnog jaza. Specifični ciljevi bili su sljedeći: projektom obuhvatiti 35 domova za starije diljem Hrvatske; doseći minimalno 5000 korisnika; osposobiti 84 aktivna korisnika koji će onda i sami nastaviti educirati ostale korisnike; kroz priče stvarnih, običnih ljudi treće dobi ispričati priču o tome kako im je tehnologija omogućila da prebrode pandemijsko vrijeme; dosegnuti 3 milijuna ljudi; osigurati 100.000 pregleda na zasebnoj web stranici programa.

**Provedba:** U početnoj fazi projekta proveli smo istraživanje o usamljenosti u domovima za starije kojim smo htjeli podići svijest o problematici i skrenuti pozornost na problem izoliranosti korisnika domova. Istraživanje je pokazalo kako se više od polovice korisnika domova za starije (njih 53%) kontinuirano osjeća usamljeno. Medijima smo predstavili istraživanje zajedno s prvom informacijom o projektu prilikom prve dodjele tableta i interneta domovima za starije u prosincu 2020. godine nakon čega su uslijedila još dva donacijska vala u 2021. godini. Svaki donacijski val popraćen je objavom za medije, integracijom teme u razne istupe predstavnika Hrvatskog Telekomu kao ključni i jedinstveni projekt s područja društvene odgovornosti. U suradnji s Telegramom pokrenuta je zasebna web stranica s pričama stvarnih ljudi o tome kako im je tehnologija pomogla i otvorila novi svijet, a pratila ju je native kampanja u Jutarnjem listu, Večernjem listu i u 24 sata.

**Učinak i vrijednost uspješne komunikacije:** 5 posto rast percepcije HT-a kao društveno odgovorne kompanije; druga društveno najodgovornija kompanija RH; uključena 42 doma za starije i 6050 korisnika; 102 aktivnih korisnika/novih „edukatora“ u domovima; doseg: 3,1 milijuna ljudi; 130.000 pregleda na zasebnoj web stranici programa

**Kreativnost i inovativnost:** Dok su nas epidemiološke preporuke pozivale da održavamo distancu, a domovi za starije osobe zatvorili svoja vrata za posjetitelje, našli smo načina kako da budemo povezani. Pripremili smo jednostavne skripte za naše volontere, te lako razumljive tutoriale za korisnike domova. Kako bi ostvarili maksimalan doseg a imajući na umu kako korporativni društveno odgovorni projekti unatoč svojem značaju teže dopiru do sire javnosti, uz poruke o samom projektu i njegovoj važnosti razvili smo i narativ te na simpatičan način prikazali kako se starije osobe vješto i manje vješto znaju poslužiti tehnologijom. Koristili smo smiješne i simpatične primjere kojima smo prikazali novonastala prijateljstva među korisnicima domova i našim volonterima, pokazali smo kako izgleda prvi video poziv između baka i djedova s unucima s kojima se nisu vidjeli mjesecima.