



Marsz poparcia

Zorganizowanie **marszu poparcia** w ramach kampanii Dzieciństwo bez Przemocy to sposób na zwiększenie świadomości społecznej i zaangażowanie lokalnej społeczności. Oto krok po kroku, jak możesz zorganizować taki marsz – z uwzględnieniem symboliki koloru czerwonego, który jest wiodącym kolorem kampanii:

1. Zaplanuj datę, miejsce i trasę

- Jeśli to możliwe wybierz **znaczącą datę**, np. dzień inauguracji kampanii (6 października), dzień organizacji lokalnej konferencji w Waszym mieście lub Międzynarodowy Dzień Zapobiegania Przemocy wobec Dzieci (19 listopada)
- Ustal **trasę marszu**: od miejsca o znaczeniu społecznym (np. urząd miasta) do punktu docelowego (np. park, skwer).
- Sprawdź konieczność zgłoszenia wydarzenia do urzędu miasta/policji (zgodnie z ustawą o zgromadzeniach publicznych).

2. Zbierz organizatorów i wolontariuszy

- Współpracujcie z lokalnymi placówkami i organizacjami
- Zorganizujcie zespół odpowiedzialny za: logistykę, bezpieczeństwo, promocję, kontakt z mediami.

3. Promocja wydarzenia

- **Przygotujcie materiały graficzne** w kolorze czerwonym – zawierające nazwę kampanii i datę marszu.
- Promujcie wydarzenie w mediach społecznościowych, lokalnych mediach, w szkołach i urzędach.

4. Elementy wizualne i symboliczne

- Poproście uczestników, by ubrali się **na czerwono** – kolor kampanii.
- Rozdajcie czerwone opaski, balony, wstążki, transparenty z hasłami.

5. Treść i program wydarzenia

- krótka przemowa organizatorów,
- wystąpienie psychologa, pedagoga,
- czytanie listu dzieci,
- chwila ciszy lub symboliczne działanie (np. wspólne podniesienie czerwonych balonów).
- Możecie zakończyć wydarzenie minikoncertem, występem dziecięcym lub rozdaniem broszur edukacyjnych.

6. Zadbaj o bezpieczeństwo

- Zgłoście marsz odpowiednim służbom – zapewnijcie obecność wolontariuszy lub ochrony.
- Sprawdźcie, czy wydarzenie jest zgodne ze Standardami Ochrony Małoletnich
- Zadbajcie o dostęp do wody, pierwszej pomocy i miejsca odpoczynku.

7. Dokumentacja i follow-up

- Zadbaj o relację foto/video – wykorzystaj ją później do promocji kolejnych działań.
- Po wydarzeniu – **podziękuj uczestnikom**, sponsorom, patronom medialnym.
- Przygotuj krótką notatkę prasową z efektami i refleksjami.