|  |  |
| --- | --- |
| **Ime projekta** | **Escape room Izkoriščanje delavcev** |
| **Podatki o nevladni oz. humanitarni organizaciji**  | **Slovensko združenje za zmanjševanje škodljivih posledic drog DrogArt, socialno podjetje**Kardeljeva ploščad 16, 1000 Ljubljanatel. št.: 01 439 72 70info@drogart.org[www.drogart.org](http://www.drogart.org), [www.izprincipa.si](http://www.izprincipa.si) |
| **Odgovorna oseba** | Tanja Rudolf Čenčič, nosilka projekta |
| **Čas izvedbe** | 1. 7. 2019 – 18. 11. 2019 |
| **Kratek opis in povzetek rezultatov projekta** | Ob dnevu boja proti trgovini z ljudmi smo že tretjič odprli in izvedli **ozaveščevalen 9-dnevni escape room**, v katerem smo obiskovalce na najbolj učinkovit način soočali in ozaveščali o izkoriščanju delavcev. Escape room Izkoriščanje delavcev je tudi letos izpolnil vse cilje, ki smo si jih zastavili, in pritegnil veliko pozornosti tako ljudi, ki so se ga (želeli) udeležili, kot medijev in organizacij, ki delujejo na tem področju. Čeprav so bili vsi termini za obisk 9-dnevnega projekta hitro zasedeni, pa je spet kar nekaj zainteresiranih skupin »ostalo pred vrati«. Escape room Izkoriščanje delavcev namreč pritegne tako s svojo tematiko/problematiko kot tudi s svojo osnovno zasnovo. Letošnji escape room je imel svoje domovanje v središču Ljubljane, v prostorih Četrtne skupnosti Ljubljana Center na Štefanovi ulici. Odprli smo ga 17. oktobra, odprtje pa je pospremila **okrogla miza ob dnevu boja proti trgovini z ljudmi**. Okrogle mize s petimi zanimivimi govorniki z različnih področij problematike so se udeležili predstavniki relevantnih splošnih medijev. Že nekaj tednov pred odprtjem pa smo začeli izvajati **komunikacijsko podporo projektu** s plakati, letaki in aktivnostmi na socialnih omrežjih, ki je po eni strani vabila k obisku sobe pobega, po drugi strani pa je ozaveščala splošno javnost o izkoriščanju delavcev in tako s problematiko soočila tudi tiste, ki se sobe pobega niso obiskali.Nadgradili smo tudi kreativno podobo, dosegli kar nekaj brezplačnih objav medijev, ter s konceptom in izkušnjo navdušili vse obiskovalce. Ena od največjih dodanih vrednosti projekta je izjemna naklonjenost obiskovalcev pogovoru o problematiki ter njihovi močni čustveni odzivi. Menimo, da je takšen način ozaveščanja nadpovprečno učinkovit in pušča močne sledi pri vseh sodelujočih. |
| **Celotna vrednost projekta** | 6.250,00 EUR |
| **Odobrena sredstva Urada za komuniciranje** | 5.000,00 EUR |