



## Podsumowanie kampanii społecznej 2007

- Strategia kampanii
- Media
- Badania
- Zbiórka pieniędzy

## **Hasło VII Dnia Papieskiego:**

Jan Paweł II obrońca godności człowieka

## **Cele kampanii:**

- informacja o Dniu Papieskim
- promocja hasła
- utrzymanie wysokości wpłat na rzecz funduszu stypendialnego

## **Grupa docelowa:**

- szeroka publiczność

## **Zasięg:**

- ogólnopolski

## **Czas:**

- 17 września – 14 października 2007

## **Nośniki reklamowe:**

- film reklamowy
- reklama radiowa
- reklama zewnętrzna
- ogłoszenia prasowe
- banery i billboardy internetowe
- plakaty w komunikacji miejskiej, w parafiach
- reportaże filmowe

# Media

koordynacja: dom mediowy Starcom

# Reklama zewnętrzna

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**325 billboardów:** Ströer, Centrum Duszpasterstwa Archidiecezji Warszawskiej.



# Reklama zewnętrzna

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



430 citylightów: Clear Channel, Ruch.

# Reklama zewnętrzna

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**2 siatki:** Centrum Duszpasterstwa Archidiecezji Warszawskiej.



# Reklama zewnętrzna

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**70 autobusów: CAM Media.**

# Reklama zewnętrzna

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



Wartość cennikowa przekazanej powierzchni reklamy zewnętrznej:  
ok. 520 tys. zł.



## Film reklamowy

TV Polska S.A., Polsat 2, TV Puls, sieć At Media: Cyfra +, National Geographic, AXN, Hallmark.



# Radio

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

Polskie Radio Program 1, PR  
Program 2, PR Program 3, PR  
BIS, Grupa radiowa Agory (Tok  
Fm, Roxy Fm, Radio Złote  
Przeboje),

Radio Józef, Radio Plus, Radio  
Vox Fm, Radio Niepokalanów,  
Radio eM (Katowice), Radio  
Emaus (Poznań), Radio Nadzieja  
(Łomża), Katolickie Radio Fiat  
(Częstochowa), Katolickie Radio  
Podlasie, Via -Katolickie Radio  
Rzeszów.



# Radio

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

GRP	69
Zasięg (osoby)	7,5 mln
Zasięg 1+	24,9%
Wartość bezpłatnie przekazanego czasu antenowego	160 000 zł

**Reklamę radiową VII Dnia Papieskiego usłyszało ok. 7,5 mln osób.**

Wskaźniki liczone dla grupy 15+

Źródło: dom mediowy Starcom



# Prasa

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

## 26 tytułów ogólnopolskich:

Gazeta Wyborcza (+ Dodatek Telewizyjny), Rzeczpospolita, Dziennik, Wprost, Polityka, Przekrój, Fakt, Metro, Gala, Naj, Zwierciadło, Przyjaciółka, Forum, Rodzice, M jak mieszkanie, Vita,

Tygodnik Powszechny, Gość Niedzielny, Niedziela, W drodze, Znak, Przewodnik Katolicki, List, Idziemy, Fronda, Christianitas, Różaniec.



# Prasa

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

## Tytuły lokalne i polonijne:

Dziennik Zachodni, Kurier Lubelski, Słowo  
Polskie - Gazeta Wrocławska,  
Express Bydgoski,  
Nowości,

Goniec Polski (UK),  
Głos Katolicki (Francja).



GRP	114
Zasięg (osoby)	14,7 mln
Zasięg 1+	49%
Wartość przekazanych powierzchni	811 675 zł

**Reklamę prasową VII Dnia Papieskiego widziało ponad 14 mln osób.**

Wskaźniki liczone dla grupy 15 +.  
Cennikowa wartość kampanii nie uwzględnia prasy katolickiej.  
Źródło: dom mediowy Starcom

# Internet

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

Onet.pl, Wirtualna Polska  
Gazeta.pl, iTVP, O2.pl, Adclick,  
AdNet, ARBOMedia, IDMnet,  
Przeznaczeni.pl, Wiara.pl.



Odsłony: 2 747 115  
Kliknięcia: 3 976

Wartość przekazanej powierzchni reklamowej to 31 855 zł.



# Plakaty w komunikacji miejskiej

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**16 miast:** Bielsko-Biała, Bydgoszcz, Częstochowa, Katowice, Koszalin, Łódź, Nowy Targ, Oświęcim, Płock, Rzeszów, Sandomierz, Sosnowiec, Suwałki, Toruń, Warszawa, Zamość.



# Reportaż

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

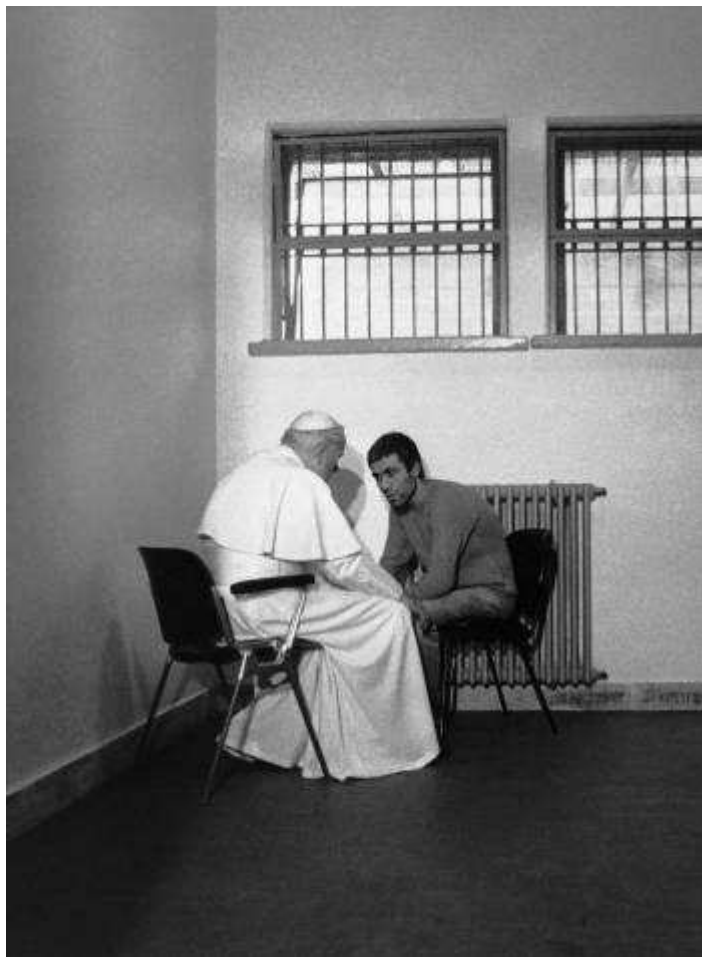


Reportaż „Idź” (13’26”) wyemitowano w 12 oddziałach TVP Regionalnej w Białymstoku, Bydgoszczy, Gorzowie Wlkp., Katowicach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Rzeszowie, Szczecinie, Warszawie oraz w Telewizji Polsat, Polsat 2, Tv Vectra.

**Koordinacja: RPR Group**

# Przestrzeń reklamowa

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



Przestrzeń reklamowa w mediach uzyskana została bezpłatnie.

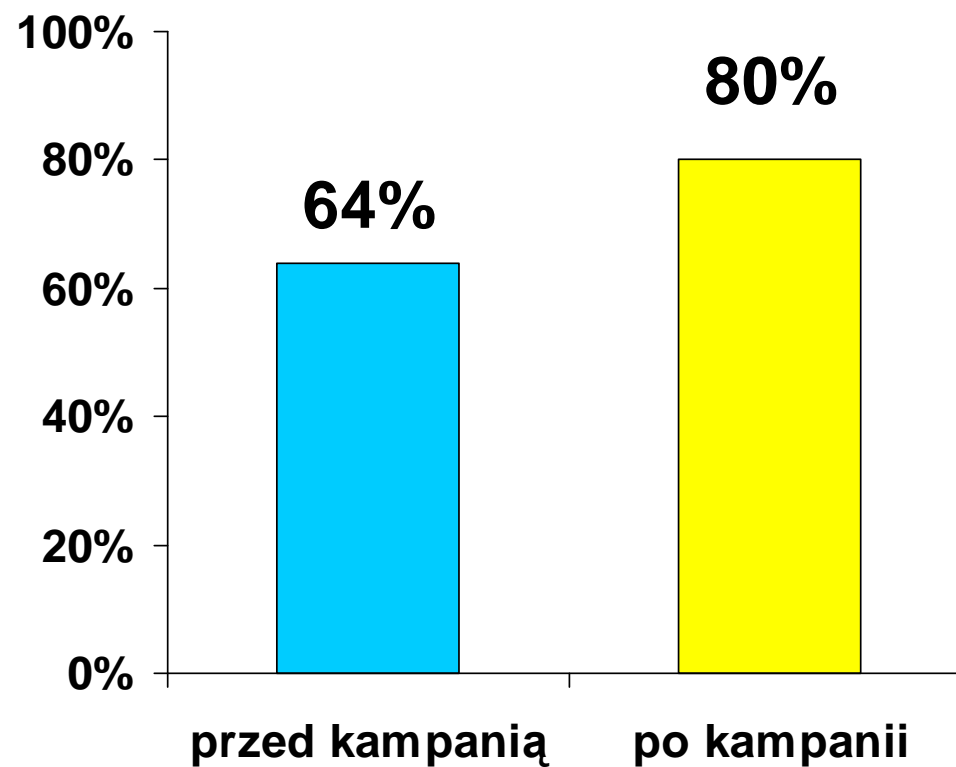
Wartość powierzchni reklamowych, czasu antenowego oraz produkcji materiałów to **ok. 3 mln zł.**

# Badanie

SMG/KRC MillwardBrown Company

# Znajomość Dnia Papieskiego

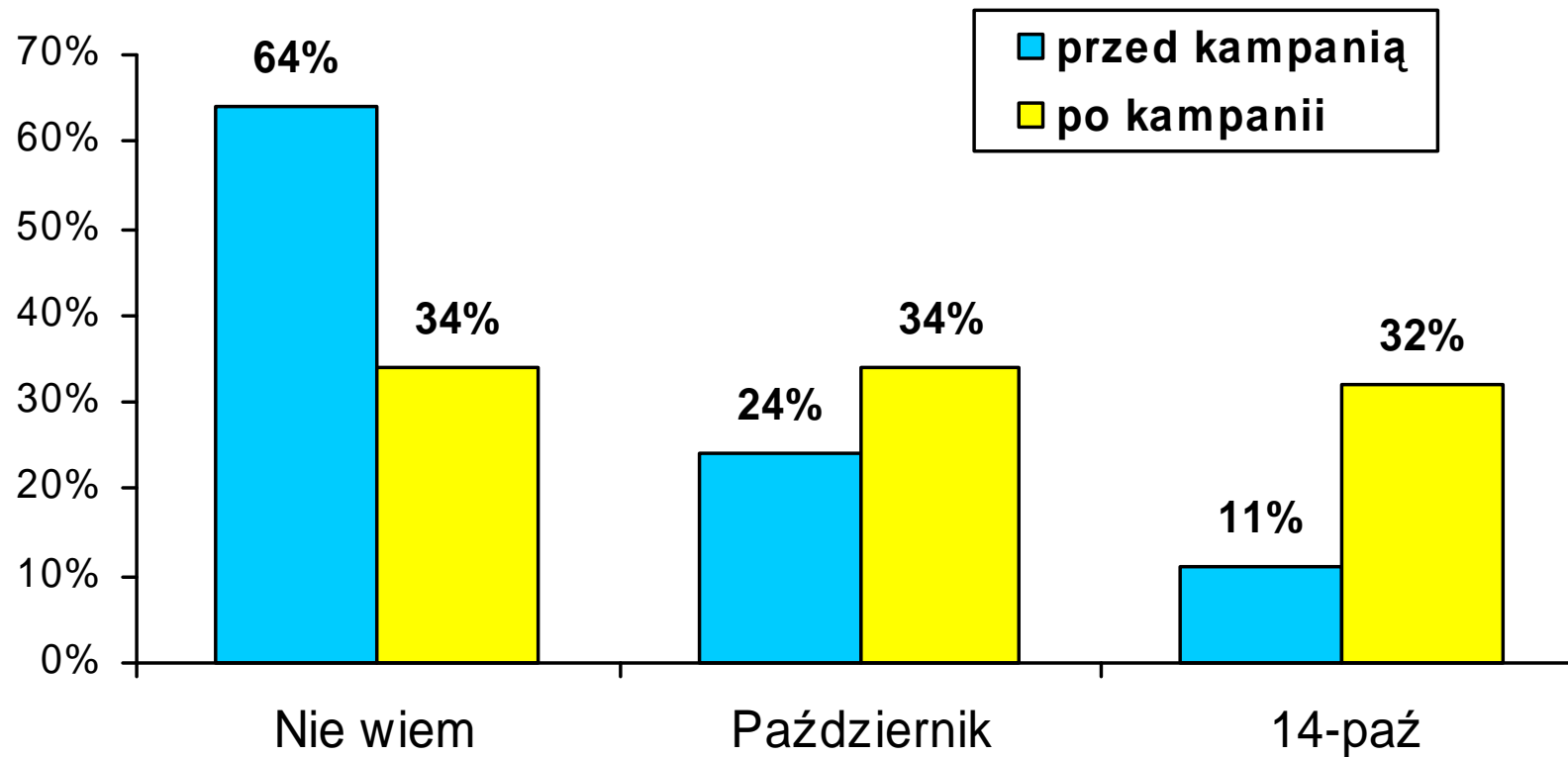
FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**Kampania znacząco wpływa na znajomość Dnia Papieskiego.**

# Znajomość daty Dnia Papieskiego

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**Po kampanii trafniej wskazywano datę Dnia Papieskiego.**

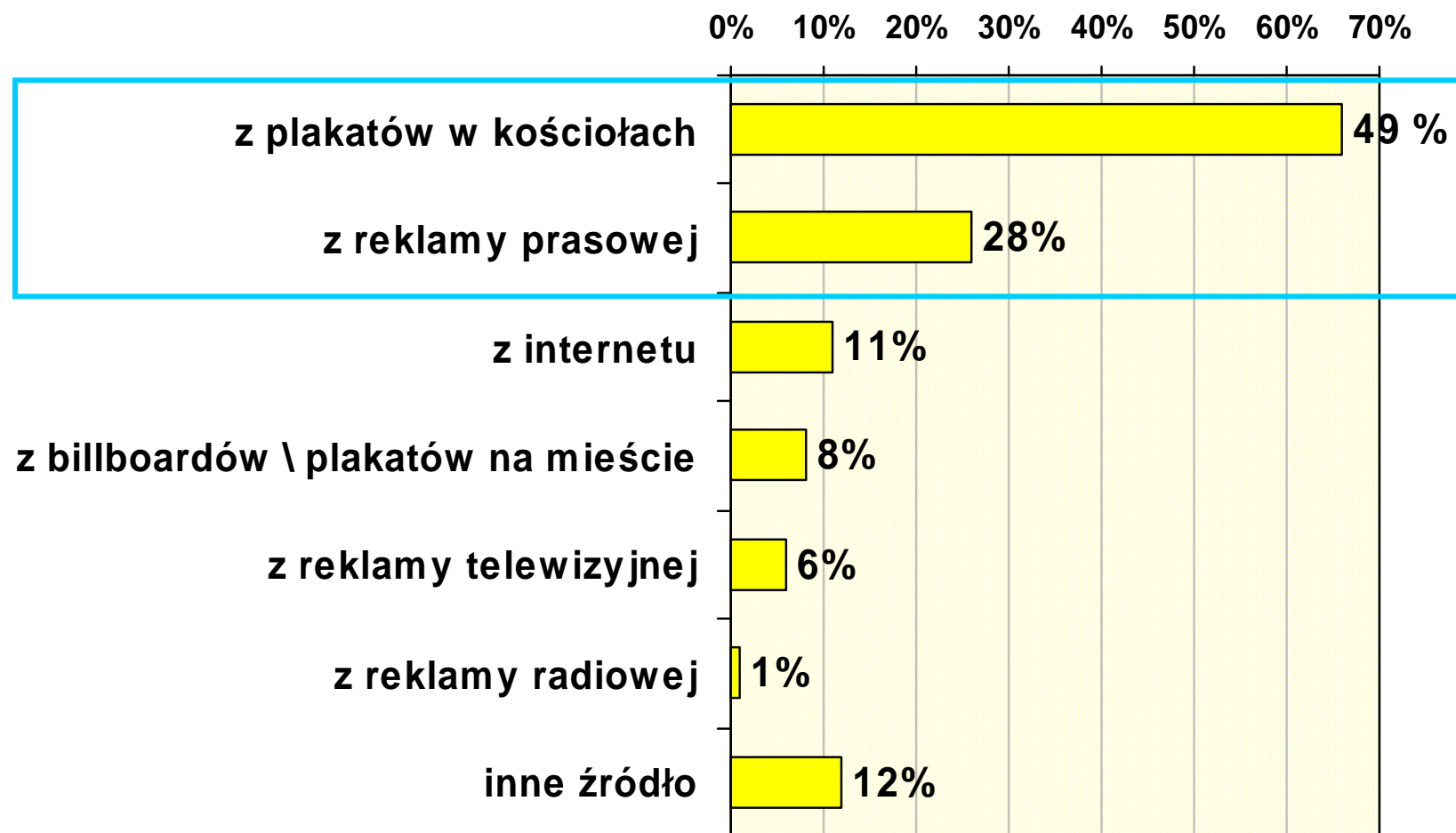
Wrzesień N=637 (osoby, które wiedziały o Dniu Papieskim)

Listopad N=802 (osoby, które wiedziały o Dniu Papieskim)



# Źródła wiedzy o Dniu Papieskim

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

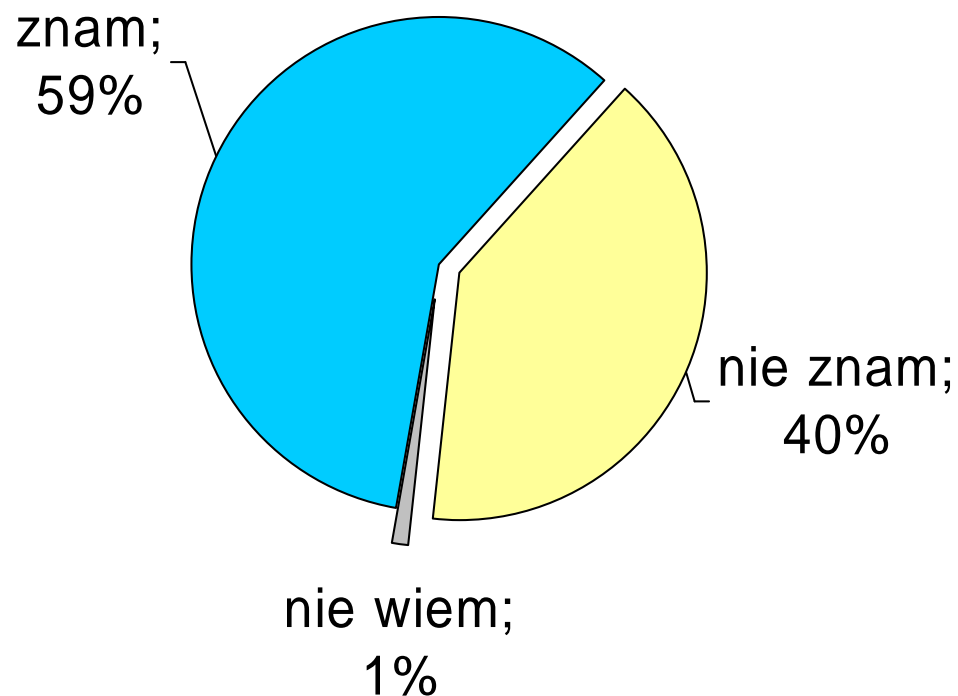


Wrzesień N=637 (osoby, które wiedziały o Dniu Papieskim)

Listopad N=802 (osoby, które wiedziały o Dniu Papieskim)

# Znajomość plakatu Dnia Papieskiego

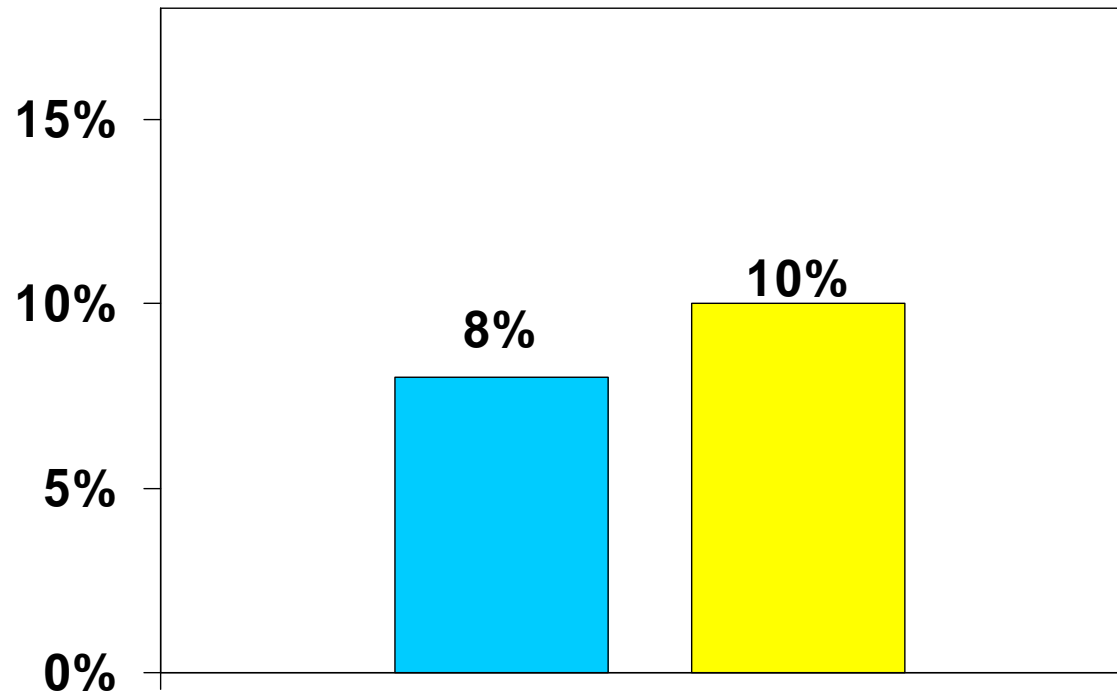
FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**59% badanych widziało plakat VII Dnia Papieskiego.  
W 2006 r. 65%.**

# Znajomość Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”

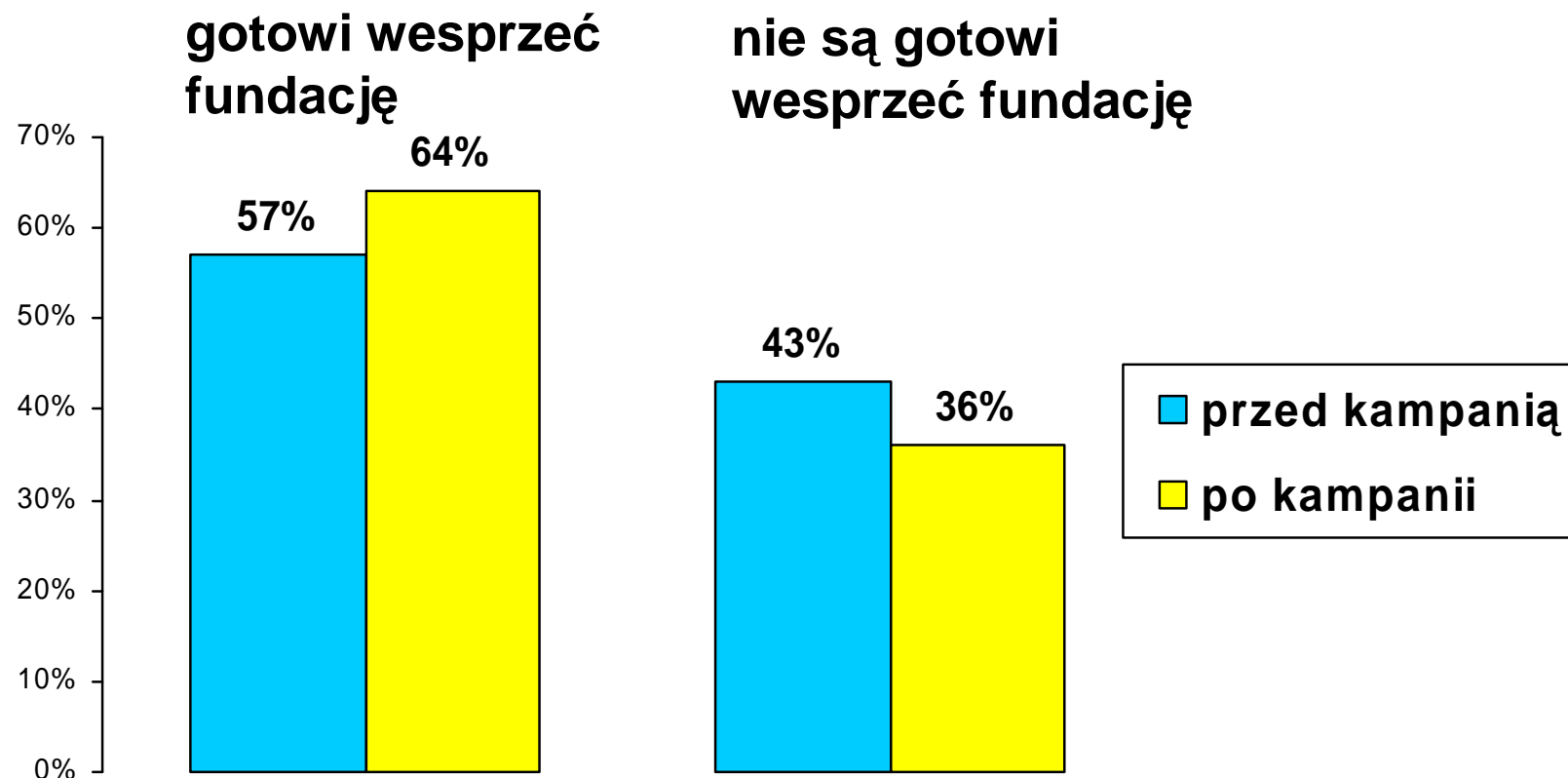
FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**Znajomość wspomagana Fundacji wzrosła po kampanii z 8% do 10%.  
W 2006r. z 7% do 16%.**

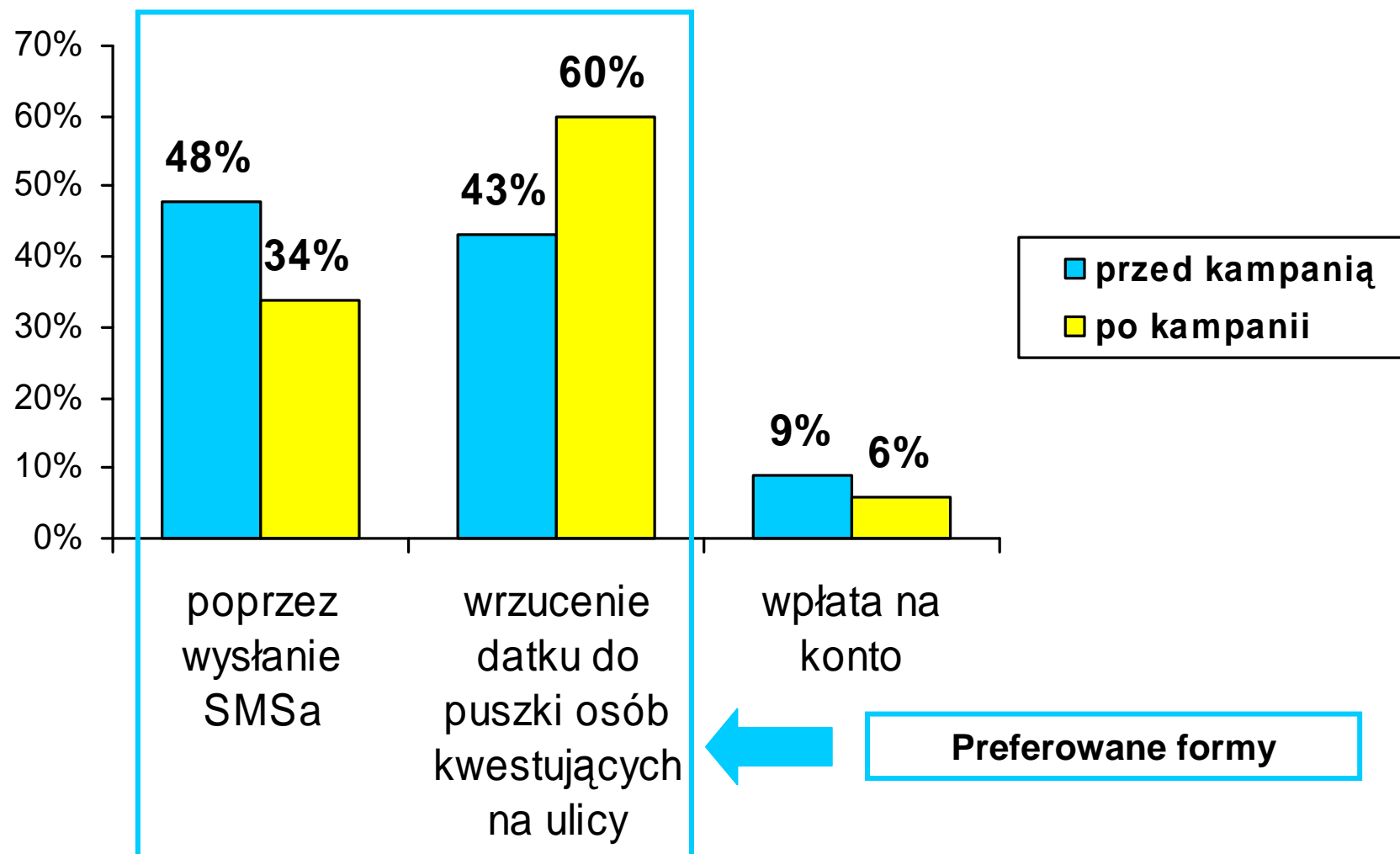
# Gotowość do wsparcia Fundacji

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA



**Przed i po kampanii większość respondentów wyrażała gotowość wsparcia fundacji, ale po kampanii ta gotowość jeszcze wzrosła.**

# Preferowana forma wsparcia Fundacji





## Zbiórka pieniędzy

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

Tegoroczny VII Dzień Papieski obchodzony był 14 października.

Uroczystościom, jak co roku, towarzyszyła zbiórka pieniędzy na fundusz stypendialny Fundacji „Dzieło Nowego Tysiąclecia”.

Do dnia 4 grudnia 2007 roku na konta Fundacji wpłynęło **ok. 5,6 mln zł.**



# Kto nam pomagał?

FUNDACJA  
ŚWIĘTEGO  
MIKOŁAJA

## KREACJA

### Film i reklama radiowa

Dariusz Karłowicz- scenariusz i reżyseria, Marek cichy- montaż,

Wojciech Błazejczak- dźwięk

Universal Music Polska- muzyka

Piotr Bujno - lektor

Przemysław Jaworski - nagranie lektora

The Chimney Pot - kopiowanie taśm

### Plakaty wielkoformatowe i ogłoszenia prasowe

Projekt - Wojciech Gawryła, Dariusz Karłowicz

Ludmiła Sidorowska-Art. Engine, Anamaja-Rafał Grzejszczyk, Studio

Pryzmat- przygotowanie ogłoszeń

### Reklamy internetowe

Jakub Gładkowski

### Badania

MillwardBrown SMG/KRC)

### Przygotowania do kampanii wspierali również:

Jakub Antoszewski, Rafał Bartosiński, Michał Biskup, Szymon

Chrostowski, Wojciech Gawryła, Magdalena Nicińska, Mariusz

Wójcik, Urszula Pruska i Redakcja Katolicka TVP, Redakcja

Katolicka PR oraz Corbis, Memograf, Telewizyjna Agencja

Informacyjna, Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie

## MEDIA

Starcom - dom mediowy, pomoc w uzyskiwaniu bezpłatnych powierzchni reklamowych

RPR Group - pomoc w nawiązaniu kontaktów z regionalnymi stacjami telewizyjnymi

Media Tak - koordynacja kampanii w gazetach regionalnych

### Telewizja

TVP SA, Polsat 2, Telewizja PULS, At Media- Cyfra +

### Prasa

Christianitas, Dziennik, Fakt, Forum, Fronda, Gala, Gazeta

Wyborcza, Gość Niedzielny, Idziemy, List, M jak Mieszkanie, Metro,

Naj, Niedziela, Polityka, Przekrój, Przewodnik Katolicki, Rodzice,

Różaniec, Rzeczpospolita, Tygodnik Powszechny, Vita, W drodze ,

Wprost, Znak, Zwierciadło

### Prasa lokalna i polonijna

Dziennik Zachodni, Express Bydgoski, Gazeta Wrocławska- Słowo

Polskie, Głos Katolicki, Goniec Polski, Kurier Lubelski.

### Reklama zewnętrzna

Clear Channel, Ströer, Centrum Duszpasterstwa Archidiecezji

Warszawskiej, Ruch, CAM Media

### Radio

Polskie Radio, Radio Plus, Grupa Radiowa Agory (Tok Fm, Roxy Fm,

Złote Przeboje), Radio Niepokalanów, Radio Józef, Radio eM, Radio

Emaus, Katolickie Radio Fiat, Katolickie Radio Podlasie, Radio

Nadzieja, Via- Katolickie Radio Rzeszów

### Internet

Adclick, AdNet, ARBOMedia, Gazeta.pl, IDMnet, Onet.pl, O2.pl,

Wirtualna Polska, Wiara.pl, Przenaczeni.pl

**Dziękujemy**