



**Podsumowanie kampanii społecznej
2005-2006**

Misja

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Żeby dzieci miały dom

Partnerzy i sponsorzy kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Partnerzy: Fundacja Ernst&Young Fundusz Inicjatyw Obywatelskich Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej

Współpraca

Active Communications – pomoc w nawiązaniu kontaktów z mediami.

MillwardBrown SMG/KRC wraz z grupą wolontariuszy Fundacji Świętego Mikołaja – badania socjologiczne.

Media Tak – prasa regionalna.

Wojciech Kliczka – projekt graficzny plakatu, ogłoszenia prasowego i adaptacja filmu reklamowego o biskupie Świętym Mikołaju.

Pracownia C&C oraz firma Focus Forum – pomoc w przygotowywaniu materiałów dla prasy.

The Chimney Pot – pomoc w kopiowaniu filmu reklamowego i reportażu.

Kolor Druk – bezpłatny druk kartek świątecznych.

Franciszek Pieczka, Studio Zet – pomoc w adaptacji nagrań do filmu i reklamy radiowej.

Telekomunikacja Polska S.A., Radio Zet – organizacja konkursu i uruchomienie numeru 0-400, z którego cały dochód przeznaczony został dla rodzinnych domów dziecka.

PIN Sp. z o.o. – pomoc w kopiowaniu filmów na DVD.

Grunt to rodzina – podsumowanie kampanii 2005-2006

Sponsorzy

TU Allianz Życie Polska S.A. – sfinansowanie wykonania części koordynacji i części kosztów wyklejania billboardów.

BASF Polska – pomoc w sfinansowaniu wyklejania plakatów wielkoformatowych.

Fundacja Ernst&Young – wsparcie Funduszu Edukacyjnego oraz sfinansowanie części kosztów koordynacji projektu.

Fundusz Inicjatyw Obywatelskich – sfinansowanie produkcji filmu dokumentalnego dotyczącego rodzinnych domów dziecka, adaptacji spotu reklamowego, druku plakatów oraz części kosztów wyklejania plakatów wielkoformatowych.

Wolontariusze:

Marcin Buczko, Agnieszka Dziembaj, Magdalena Fac, Joanna Luberadzka-Gruca, Dariusz Karłowicz, Katarzyna Korycińska, Piotr Koczyński, Konrad Kolanowski, Monika Łukasik, Małgorzata Majewska, Maciej Masłowski, Marta Michniewicz, Tomasz Mierzejewski, Magdalena Nicińska, Joanna Paciorek, dr Barbara Passini, Joanna Pierścińska-Surowiec, Dominika Rosińska, Izabela Rusak, Anna Snopczyńska, Włodzimierz Walus, Aneta Wyszyńska, Marek Żak.

Koszty:

Większość prac związanych z przygotowaniem kampanii i jej realizacją odbyła się bezpłatnie. Wyjątkiem był druk plakatów wielkoformatowych, koszt ich wyklejania, produkcja filmów oraz koordynacja. Przestrzeń reklamowa w mediach uzyskana została bezpłatnie.

Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Jednym z partnerów kampanii jest Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej. Jej celem jest między innymi promocja rodzinnych form opieki zastępczej.

Koalicję tworzą instytucje i osoby, które wspierają ideę rodzinnej opieki zastępczej:

Biuro Krajowe Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce, Fundacja Ernst&Young, Fundacja Orlen Dar Serca, Fundacja Przyjaciółka, Fundacja Rodzin Adopcyjnych, Fundacja Rodzina Nadziei, Krajowy Ośrodek Adopcyjno-Opiekuńczy TPD, MOPS Jaworzno, Agnieszka i Marek Oleś – Rodzina Zastępcza, Ośrodek Rodzin Zastępczych Stowarzyszenia „Misja Nadziei”, Ośrodek Wspomagania Rodziny, PCPR Tarnowskie Góry, PCPR Wołomin, Rodzinny Dom dla Dzieci w Bytomiu, Rodzinny Dom Dziecka nr 5 w Szczecinie, Sąd Rejonowy dla W-wy Mokotowa V Wydział Rodzinny i Nieletnich, Stowarzyszenie Misja Nadziei, Stowarzyszenie Rodzin Adopcyjnych i Zastępczych „Pro Familia”, Stowarzyszenie Zastępczego Rodzicielstwa, Śląski Oddział Towarzystwa Rozwijania Aktywności Dzieci „Szansa”, Towarzystwo „Nasz Dom”, Towarzystwo Przyjaciół Dzieci, Ośrodek Adopcyjno-Opiekuńczy, Towarzystwo Rozwijania Aktywności Dzieci „Szansa”.

Media w kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Przestrzeń reklamową bezpłatnie udostępniły:

TELEWIZJA

Ale Kino, Canal+, Polsat, Telewizja Polska SA, Telewizja Puls, TV 4.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

AMS, BPMedia, Clear Channel, Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie.

PRASA CODZIENNA OGÓLNOPOLSKA

Gazeta Wyborcza, Metro, Nowy Dzień, Przegląd Sportowy, Puls Biznesu, Rzeczpospolita, SuperExpress.

MAGAZYNY

Auto Świat, Dom i Wnętrze, Duży Format, Dziecko, Forbes, Forum, Gazeta Telewizyjna, Międzynarodowy Przegląd Polityczny, Naj, Ozon, Polityka, Semestr, Świat Kobiety, Tele Magazyn, Tygodnik Powszechny, Więż, Wprost, Viva.

PRASA REGIONALNA

Dziennik Bałtycki - Wieczór Wybrzeża, Gazeta Krakowska, Gazeta Olsztyńska, Gazeta Poznańska, Głos Wielkopolski, Słowo Polskie.

RADIO

Radio Zet, Polskie Radio I, Radio P'in, Radio Praga.

KINO

Sieć kin Cinema City.

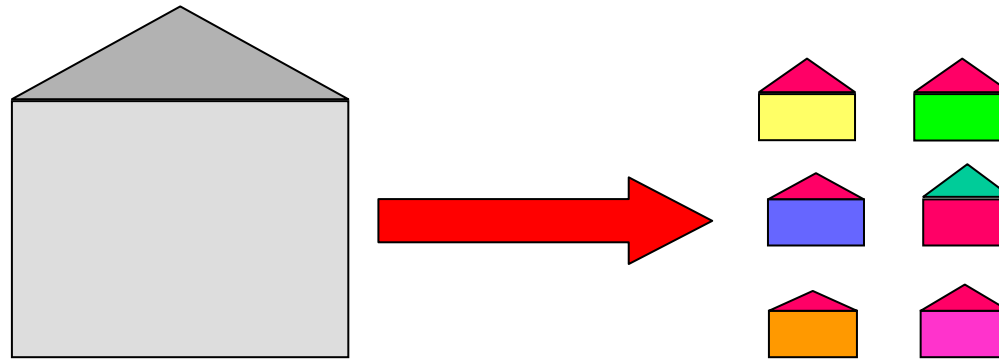
INTERNET

Gemius.pl, Onet.pl, Rzeczpospolita On-Line, Wirtualna Polska, Wprost On-Line.

Grunt to rodzina – podsumowanie kampanii 2005-2006

Dlaczego warto wspierać rodzinne domy dziecka?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



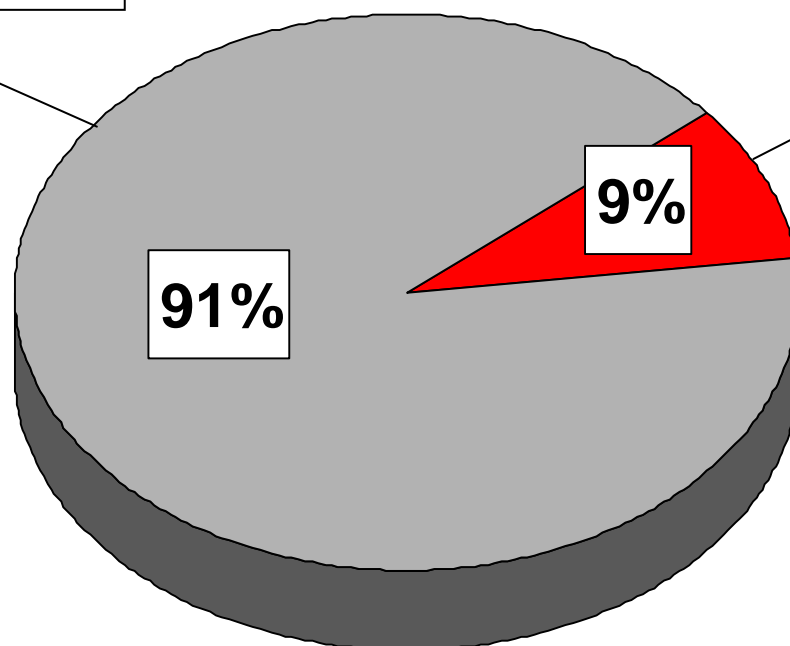
- Dom** W rodzinnym domu dziecka mieszka najwyżej 12 dzieci. W zwykłej placówce – nawet 80.
- Rodzina** Dzieci są częścią rodziny. Mają mamę, tatę, rodzeństwo i dom. Dzięki codziennym obowiązkom domowym uczą się samodzielności i zaradności.
- Opieka** Zamiast wychowawców opiekują się dziećmi rodzice, którzy są z nimi całą dobę.
- Edukacja** Możliwa jest indywidualna nauka z dzieckiem.
- Koszty** Utrzymanie dziecka w rodzinnym domu dziecka jest dwukrotnie tańsze niż w zwykłej placówce socjalizacyjnej.

Domy dziecka w Polsce

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Tradycyjne domy dziecka:
21 753 dzieci
380 placówek

Rodzinne domy dziecka:
2174 dzieci
269 domów



W Polsce zaledwie 9% dzieci mieszka w rodzinnych domach dziecka.

Źródło: Ministerstwo Polityki Społecznej, 2005 (dot. placówek rodzinnych i socjalizacyjnych).

Grunt to rodzina – podsumowanie kampanii 2005-2006

Problemy i możliwości działania

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Bariery – Niewiedza

Zaledwie 22% Polaków zna ten rodzaj opieki nad dziećmi osieroconymi.

Według rodziców główną barierą w powstawaniu rodzinnych domów dziecka jest biurokracja.

W opinii ekspertów jedną z ważnych barier jest niewielka grupa rodziców chcących zakładać nowe rodzinne domy dziecka.



Popularyzacja rodzinnych form opieki zastępczej wśród:

- potencjalnych rodziców,
- urzędników,
- szerokiej publiczności.



Kampania społeczna

Bariery – Edukacja

63% rodziców ocenia szanse edukacyjne swoich podopiecznych jako znacząco niższe niż szanse ich rówieśników.

Główne przyczyny niższych szans to opóźnienia edukacyjne (74%), brak środków na dodatkowe zajęcia (70%).



Wyrównanie szans edukacyjnych dzieci z rodzinnych domów dziecka.
Utworzenie funduszu edukacyjnego.



Fundusz Edukacyjny

Kampania społeczna

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Czas: grudzień 2005 – styczeń 2006.

Zasięg: ogólnopolski.

Media: outdoor,
radio,
telewizja,
prasa,
kino,
Internet.

Cel: budowa pozytywnego wizerunku rodzinnych domów dziecka,
zbiórka pieniędzy na fundusz edukacyjny.

Outdoor

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



AMS, BP Media, ZTM

500 billboardów 5x2, 18 billboardów 3x4
w największych miastach Polski.

3000 plakatów A3 w warszawskich autobusach,
tramwajach i metrze.

Outdoor

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



AMS, Clear Channel

400 Citylightów w największych miastach Polski.



Radio i telewizja

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Telewizja:

Telewizja Polska S.A., Polsat, Canal+, Telewizja Puls, Ale Kino, TV 4.

Radio:

Radio Zet, Polskie Radio I, Radio Pin, Radio Praga.



Grunt to rodzina – podsumowanie kampanii 2005-2006

Prasa

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Prasa codzienna ogólnopolska

Gazeta Wyborcza,
Rzeczpospolita,
Puls Biznesu,
Metro,
Nowy Dzień,
Przegląd Sportowy,
SuperExpress.

Prasa Lokalna

Dziennik Bałtycki -
Wieczór Wybrzeża,
Słowo Polskie-
-Gazeta
Wrocławska,
Głos Wielkopolski,
Gazeta Poznańska,
Gazeta Krakowska,
Gazeta Olsztyńska.



Tygodniki

Polityka, Newsweek,
Ozon, Wprost,
Forum.

Magazyny

Dom i Wnętrze,
Duży Format,
Dziecko, Forbes,
Gazeta Telewizyjna,
Naj, Przyjaciółka,
Semestr, Świat
Kobiety, Tele
Magazyn, Viva.

Kino i Internet

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Sieć kin Cinema City

470 kopii,
18 multipleksów
w Częstochowie, Katowicach,
Krakowie, Poznaniu, Toruniu,
Trójmieście, Warszawie
i Wrocławiu.

Banery internetowe:

Onet.pl
Rzeczpospolita On-Line
Wprost.pl
Wirtualna Polska
Gemius.pl
wirtualnemedi.pl
PRoto.pl

Siła kampanii

**FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA**

**55 różnych mediów,
672 emisje filmu reklamowego w telewizji,
216 emisji spotów radiowych,
45 ogłoszeń prasowych,
518 billboardów,
400 citylightów,
2,5 mln odsłon banerów internetowych,
470 kopii reklamy kinowej.**

Reportaż telewizyjny 15`

TVP 3 Białystok, TVP 3 Katowice,
Bielska Telewizja Miejska, Telewizja
Elbląska, Telewizja Podlaska,
Telewizja Toya.

Obecność w programach telewizyjnych

Kawa czy herbata (TVP 1),
Pasma reportażu 17:20 (TVP 1)
Rozmowa w oprawie 18:00 (TPV 3)

Teksty prasowe informujące o akcji

Cienie i Blaski, Gazeta Wyborcza
Stołeczna, Metropol, Olivia,
Rzeczpospolita, Trybuna.



Konkurs

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Radio Zet

Telekomunikacja Polska SA

Od 9 do 27 grudnia,
5 razy w ciągu dnia,
telefon 0-400,
ponad 9000 połączeń.

Do wygrania była choinka z dostawą do domu,

Cały dochód przeznaczony został na Fundusz Edukacyjny.



Numer infolinii – (22) 526 61 91 – promowany był w trakcie kampanii na plakatach, w ogłoszeniach prasowych i w Internecie.

Infolinia zorganizowana i udostępniona przez Fundację Przyjaciółki.

Osoby dzwoniące na infolinię mogły dowiedzieć się między innymi:

- Co to są rodzinne domy dziecka i jak taki dom założyć?**
- Jak można pomóc rodzinnym domom dziecka – wpłata na Fundusz Edukacyjny.**
- Jakie organizacje pomagają rodzinnym domom dziecka?**

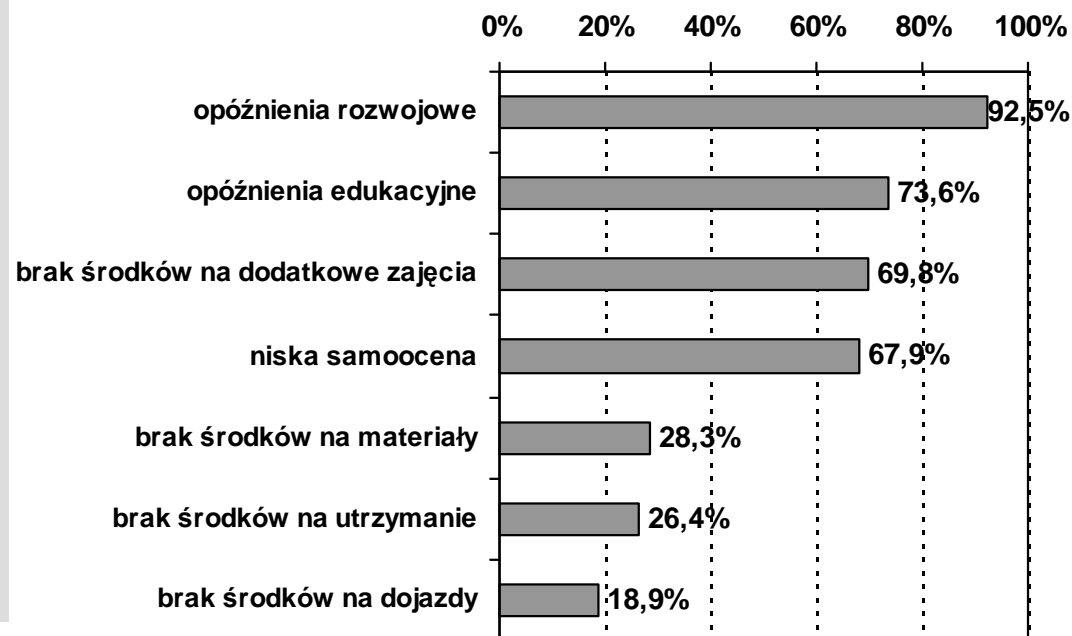
Analiza potrzeb – badania społeczne

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Instytut badawczy
MillwardBrown SMG/KRC,
wolontariusze Fundacji Świętego
Mikołaja

Pierwsze badania sytuacji w
rodzinnych domach dziecka w
Polsce.

Wiemy jakie są główne problemy
dzieci i na co konkretnie
potrzebne są pieniądze



Metoda wywiady telefoniczne CATI, kwestionariusze samowypełnialne,

Liczby 185 wywiadów telefonicznych, 84 kwestionariuszy.

Na czym polega Fundusz Edukacyjny?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Komu pomagamy?

- Dzieciom (w 2005 – 119 dzieci).
- Rodzice (w 2005 – 68 rodziców).

Jak pomagamy?

Finansujemy konkretne przedsięwzięcia edukacyjne prowadzone przez rodzinne domy dziecka lub organizacje z nimi współpracujące na terenie całej Polski (korepetycje, kursy, wyjazdy edukacyjne).



Jasne zasady:

- komisja,
- konkurs.

Szczegółowe informacje

www.mikolaj.org.pl

Fundusz Edukacyjny - na czym polega?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Komu pomagamy?

- Dzieci.
- Rodzice.

Dlaczego edukacja?

Dzięki badaniom wiemy, że pieniędzy brakuje przede wszystkim na edukację,

Jak pomagamy?

Konkretne przedsięwzięcia edukacyjne dla rodzinnych domów dziecka z całej Polski

Jasne zasady:

ogólnodostępny konkurs.



Fundusz Edukacyjny - rezultaty

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

2005

119 dzieci

68 rodziców

18 projektów edukacyjnych

69 110 zł

2006

256 dzieci

90 rodziców

33 projekty edukacyjne

127 518 zł



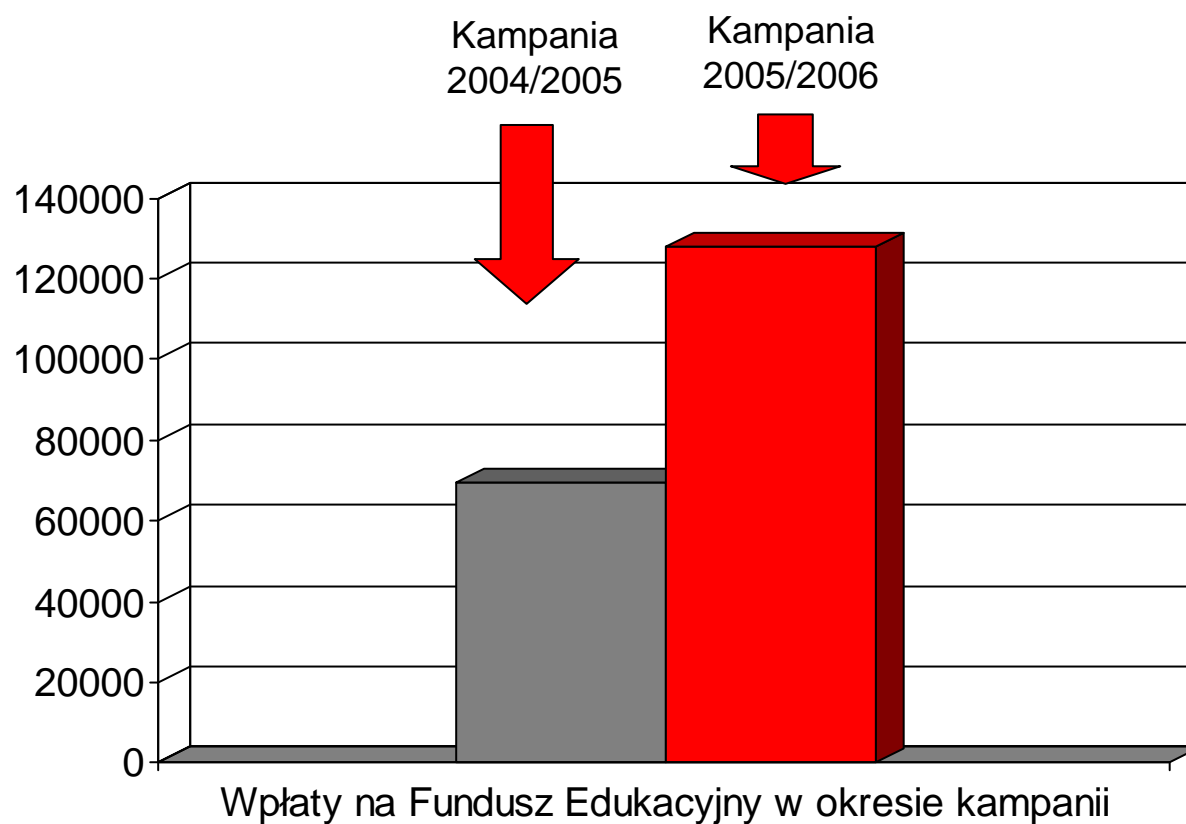
Łączna wartość finansowa przekazanego wsparcia wyniosła 196 628 zł

Fundusz Edukacyjny

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

W tegorocznej akcji zebraliśmy **127 500 złotych**, pochodzących z wpłat indywidualnych darczyńców i firm na konto Funduszu Edukacyjnego.

Z tego **18 300 złotych** zostało pozyskane dzięki konkursowi radiowemu.



Fundusz Edukacyjny – dzieci

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

W ciągu dwóch lat 375 dzieci skorzystało z Funduszu.

Z Funduszu były dofinansowane szkolenia językowe, zakup komputera, kurs szybkiego czytania. Zebrane pieniądze zostały przeznaczone na zajęcia dla dzieci, uwzględniające szczególne problemy emocjonalne, jakie przeżywają. Sfinansowaliśmy koszty dojazdu niedosłyszącej dziewczynki do szkoły w Warszawie. Wsparliśmy jeden projekt międzynarodowy – poznawania języka i kultury niemieckiej w teorii oraz w praktyce w Niemczech. Fundusz to także spełnianie najskrytszych pragnień. Dla nastoletniej dziewczynki z Hażłacha ofiarowane przez Państwa środki pozwoliły na zakup gitary i spełnienie jej marzeń o szkole muzycznej.



Nie zapomnieliśmy o rodzicach

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Prowadzenie rodzinnego domu dziecka wymaga specjalnych umiejętności i wiedzy. Do jej poszerzania służą kursy dla dorosłych prowadzone przez psychologów. Ponadto sfinansowaliśmy projekt, w którym kładzie się szczególny nacisk na trwałość małżeństwa osób zaangażowanych w prowadzenie domu. Chcemy chronić rodziny, które podjęły się tego trudnego zadania, a także dzieci przed powtórny bólem rozpadu ich, już nowej, rodziny.





Otrzymaliśmy pierwszą nagrodę za najlepszą inicjatywę obywatelską w 2005 roku.

Nagrodzono nas za pomoc dla rodzinnych domów dziecka „Grunt to rodzina”.

Kontakt

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Fundacja Świętego Mikołaja
www.mikolaj.org.pl

Michał Rżysko, koordynator projektu
0 22 825 03 90
0 661 116 199
michal.rzysko@mikolaj.org.pl