

Fundacja Świętego Mikołaja

„Grunt to rodzina”

kampania dla rodzinnych domów dziecka 2007

Grunt to rodzina

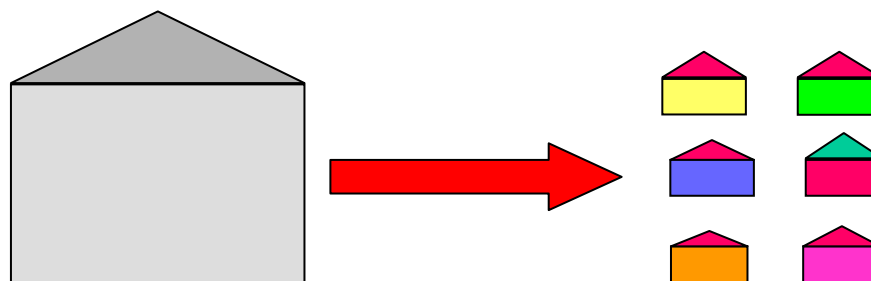
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Żeby dzieci miały dom

Grunt to rodzina

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Domy dziecka:

Nawet 70 dzieci w placówce.

Zmiana opiekunów w ciągu dnia.

Budowa roszczeniowej postawy.

Problemy z edukacją.

Koszt utrzymania dziecka, nawet do 3000 zł.

Rodzinne domy dziecka:

Maksymalnie 8 dzieci w domu.

Rodzice są z dziećmi całą dobę.

Nauka samodzielności, poprzez pomoc w codziennych obowiązkach.

1/3 dzieci kończy studia.

Koszt utrzymania dziecka, nie więcej niż 1400 zł.

Problemy i możliwości działania

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Niewiedza

38% Polaków zna rodzinne domy dziecka

Biurokracja

Brak chętnych do zakładania nowych domów



Popularyzacja



Kampania społeczna

Edukacja

63% niższe szanse edukacyjne

Opóźnienia edukacyjne 74%

Brak środków na dodatkowe zajęcia 70%



Wyrównanie szans edukacyjnych



Fundusz Edukacyjny

Kampania społeczna

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

nr konta: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002



FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

nr konta: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

Patronat: Prezydent m. st. Warszawy. Partner: Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej.

www.mikolaj.org.pl



GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Konto: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

Jeśli chcesz założyć rodzinny dom dziecka lub pomóc zadzwoń tel.: (22) 526 61 91

Partner: Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej

FIO



FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

nr konta: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

Partner: Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej.

Jeśli chcesz założyć rodzinny dom dziecka lub pomóc zadzwoń: tel. (22) 526 61 91

www.mikolaj.org.pl

Kampania społeczna - Strategia

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Czas:	Grudzień 2007
Zasięg:	Ogólnopolski
Media:	Reklama zewnętrzna Telewizja Radio Prasa Internet BTL
Cel:	Budowa pozytywnego wizerunku rodzinnych domów dziecka Zbiórka pieniędzy na Fundusz Edukacyjny

Kampania społeczna - Strategia

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Kreacja:	Fundacja Świętego Mikołaja
Grupa docelowa:	Szeroka publiczność Kobiety i mężczyźni wiek 20 +
Koszt mediów:	Bezpłatne powierzchnie i czas reklamowy
Koszty:	Druk i wyklejanie plakatów wielkoformatowych Koordynacja Część produkcji

Partnerzy i przyjaciele projektu

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Sponsorzy kampanii:

Chemia Polska, Promark, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, VGI, darczyńcy indywidualni.

System SMS:

P4, PKT Centertel, Polkomtel, Polska Telefonii Cyfrowa, MNI S.A. – integracja systemu.

Badania socjologiczne:

MillwardBrown SMG/KRC – badania socjologiczne.

Pomoc w mediach:

Dom Mediowy Optimum Media OMD – kampania reklamowa,
Genesis Public Relations – kampania PR,
Press serwis – monitoring mediów.

Konferencja prasowa:

Centrum prasowe PAP – sala konferencyjna,
Wypiek Ciast Domowych „Marzenie” Marzena Gawlik – catering.

Kreacja:

Krzysztof Kokoryn, Wojciech Kliczka – animacja,
Franciszek Pieczka – głos Świętego Mikołaja,
Pracownia C&C, Tomasz Mierzejewski – pomoc DTP,
Zorka Projekt – fotografie,
Małgorzata Gliwińska, Wojciech Gawryła – projekt folderu.

Produkcja:

Kolor druk – druk folderów oraz kart świątecznych,
The Chimney Pot – pomoc w kopiowaniu filmu reklamowego.

Kwesty lokalne:

A Studio – organizacja zbiórki w Gdańsku,
grupa Mapucze KIK – kwesta w Tesco,
Samorząd studentów MISH – kwesta na UW.

Wolontariusze:

Jakub Antoszewski, Rafał Bartosiński, Anna Bucoń,
Marcin Buczko, Katarzyna Furmankiewicz, Katarzyna Jedlińska, Aneta Kępka, Agnieszka Mach, Katarzyna Meissner, Eliza Misiecka, dr Barbara Passini, Kuba Strzyczkowski, Maurycy Szlenkier, Agnieszka Traczyk, Kasia Witkowska, Marta Wojciechowska, Tomasz Wołkow, Mariusz Wójcik, Leszek Zaborowski, Tomasz Zdunek.

Partnerzy i przyjaciele

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

ERNST & YOUNG



Plus



Millward Brown
SMG/KRC

GENESIS
PUBLIC RELATIONS



Canon



CVGI

Optimum Media OMD
INSIGHTS IDEAS RESULTS



Radio ZET



gazeta
WYBORCZA

wprost

POLITYKA

Gazeta.pl

STRÖER



Avanti



przyjaciółka



ŻYCIE WARSZAWY



wysokie obcasy

metro



DZIENNIK ZACHODNI



kurier Poranny

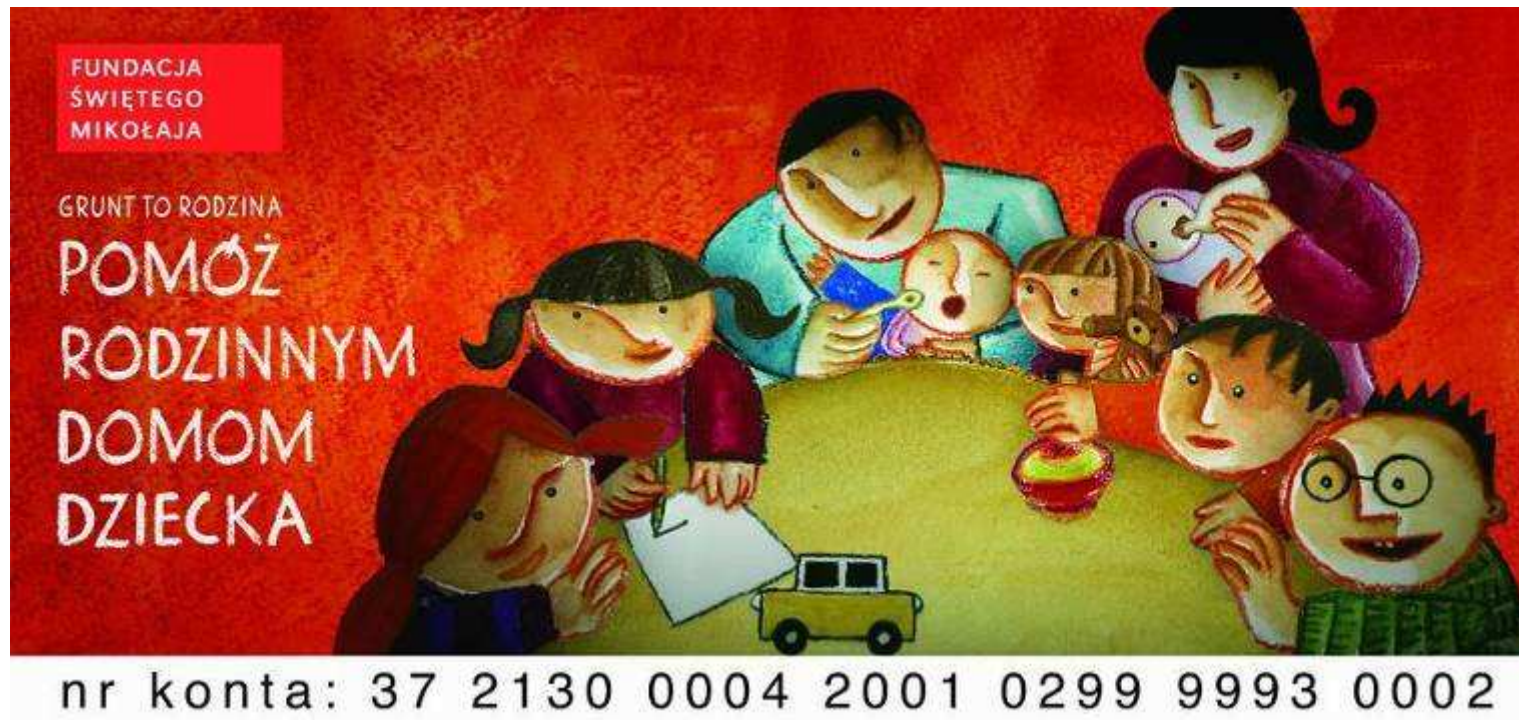
zwierciadło

niedziela
TYGODNIK KATOLICKI



Kreacja 2007

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Billboard

Kreacja 2007

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

GRUNT TO RODZINA



POMÓŻ RODZINNYM
DOMOM DZIECKA

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

www.mikolaj.org.pl

Citylight

nr konta: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ RODZINNYM DOMOM DZIECKA



*Czy słyszałeś o rodzinnych domach dziecka? Tworzą je ludzie o wielkich sercach.
Dzieci, które tam mieszkają życie nie oszczędzało. Dziś mają mamę, tatę, rodzeństwo i dom.
Dzięki wam istnieje Fundusz Edukacyjny dla tych rodzin.
Proszę o hojność.
Uściski, Mikołaj*

Prosimy o wsparcie Funduszu Edukacyjnego www.mikolaj.org.pl
nr konta: 37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

Ogłoszenia prasowe

Kreacja 2007

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Film reklamowy 40" i 50"

Reklama zewnętrzna

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



351 Billboardów w największych miastach Polski

Reklama zewnętrzna

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



600 Citylightów w największych miastach Polski
3000 plakatów A3 w komunikacji miejskiej w Łodzi i Warszawie

Media w kampanii.

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

- **Reklama zewnętrzna:**
AMS, Clear Channel, Stroer – 351 BB i 600 CTL.
- **Radio:**
PR III – licytacje, płyty świąteczne, PR.
Radio ZET – konkurs choinkowy, reklama, PR.
- **Telewizja:**
Canal+, N Telewizja, Telewizja Puls, TVP, TV4.
- **Prasa:**
Avanti, Claudia, Dziennik Zachodni, Familia, Fronda, Gazeta Telewizyjna, Gazeta Wyborcza, Gość niedzielny, Kramik Plus, Kurier Poranny, Niedziela, Metro, Polityka, Przyjaciółka, Super Express, Rzeczpospolita, Teraz Białystok, Wprost, Wysokie Obcasy, Zwierciadło, Życie Warszawy.
- **Internet:**
gazeta.pl, wyborcza.pl – 1 000 000 odsłon, sieć Arbo Media.
- **Komunikacja miejska:**
Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie i Łodzi – 3000 plakatów A3.

Konferencja prasowa

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

5 grudnia 2007

Centrum Prasowe PAP

26 dziennikarzy między innymi:

Rzeczpospolita, Dziennik, Polsat, gazeta.pl, TVN 24, Polskie Radio 1, Radio Bis, RDC, Radio Józef, Radio ZET, TOK FM, Radio Plus, Radio Eska, Radio PIN, Świat Kobiety, KAI, PAP, Mam Dziecko, Głos Nauczycielski.



Działania Public Relations.

- Informacja w serwisach PAP i KAI (2 razy).
- Film dokumentalny 13`52” – emisja w TVP regionalnych: Białystok, Bydgoszcz, Kraków, Lublin, Łódź, Rzeszów, Szczecin.
- Obecność w programach telewizyjnych: TV Puls, TVN CNBC, Superstacja, Telekabel.
- 9 publikacji w prasie ogólnopolskiej, w: Gazecie Prawnej, Dziennik Polska (2 razy), Rzeczpospolitej (2 razy), Pulsie Biznesu, Gościu Niedzielnym, Kurierze Porannym, Gazecie Wyborczej.
- 8 audycji w radio, m. in.: Radio ZET, Polskie Radio Program 3, TOK FM (2 razy), Radio dla Ciebie, Radio Józef, Radio Plus, Radiostacja.
- 53 publikacje w Internecie m. in. w: Gazeta.pl, media2.pl, Bankier.pl, e-biznes.pl, goścniendzielny.pl, Interia.pl, niedziela.pl, newslina.pl, polska.pl, press.pl, proto.pl, wiara.pl, naszemiasto.pl, esponsor.pl, polskalokalna.pl, poranny.pl, epr.pl, blogmiejski.pl, blog.pomagaj.pl marketing przy kawie, agencja.reklamowa.biz, biznes24.az.pl, ekai.pl wirtualnemedialink.pl, medialink.pl, mediafm.pl.

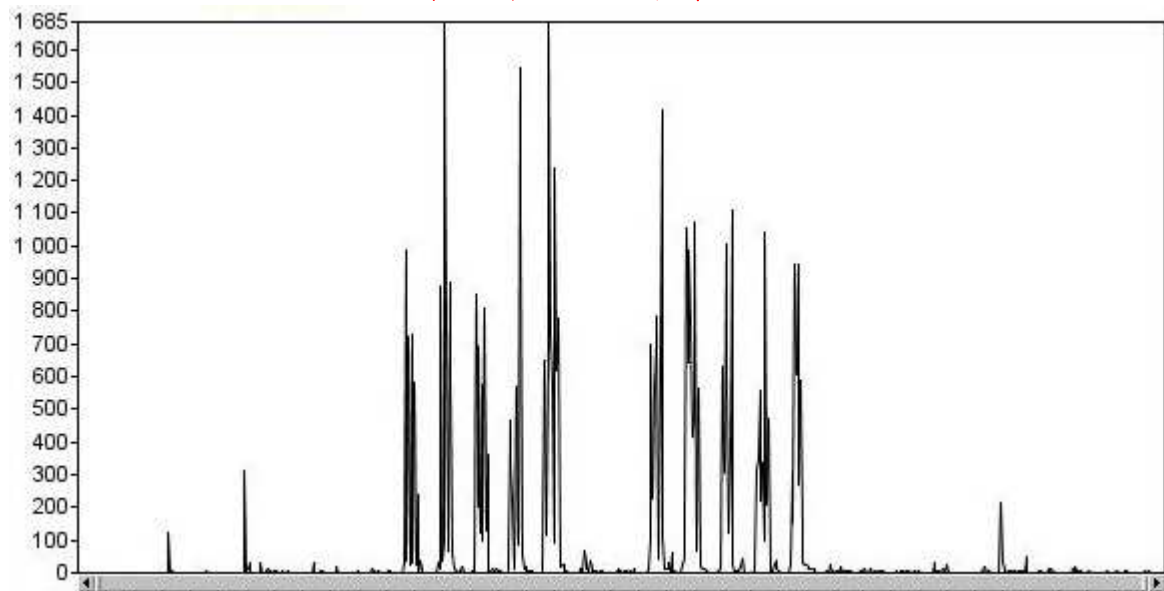
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



SMS 7585

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

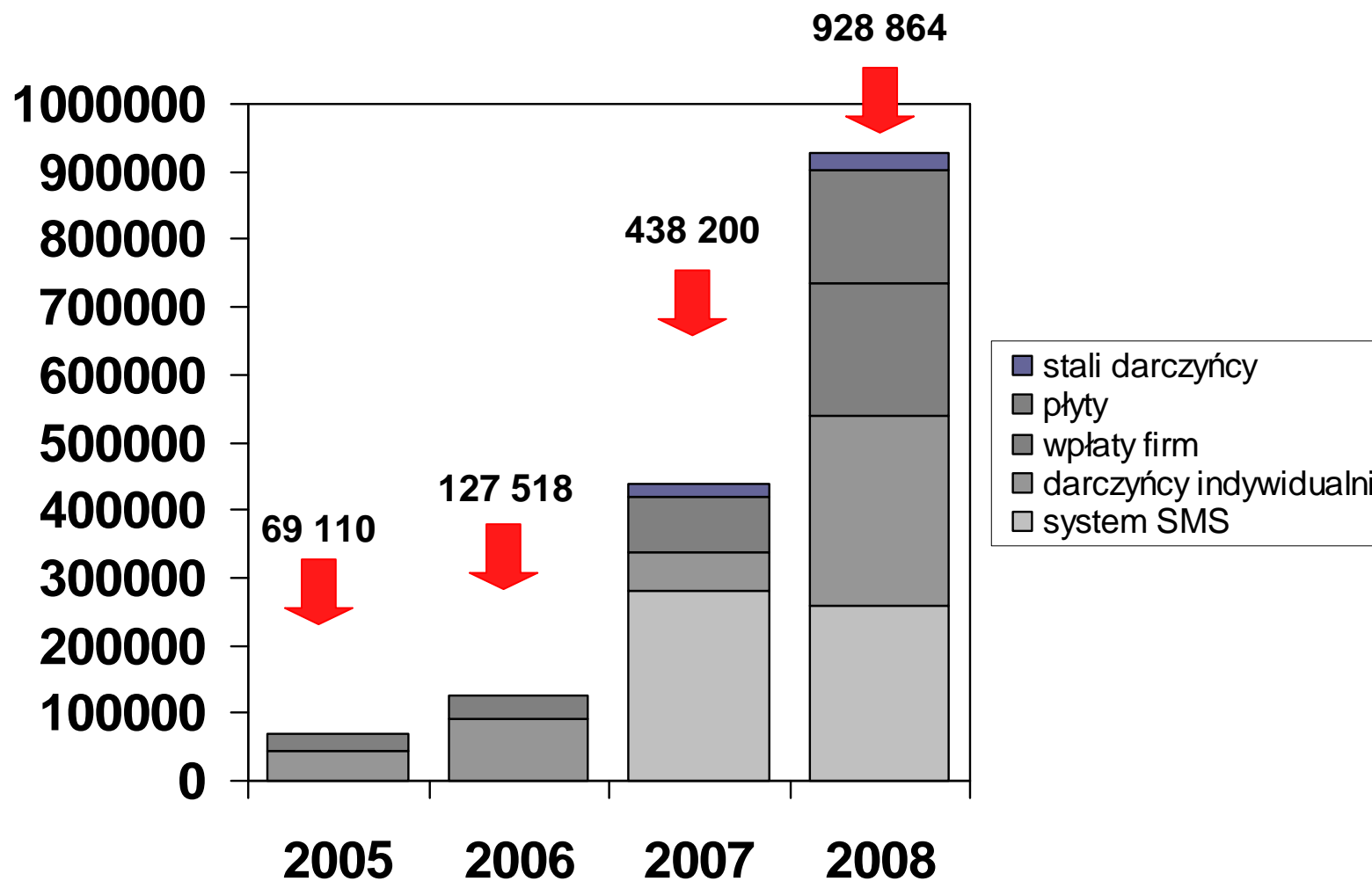
Konkurs Radia ZET



52 042 SMS-y Cały dochód z SMS-ów przeznaczony jest na edukację w rodzinnych domach dziecka.

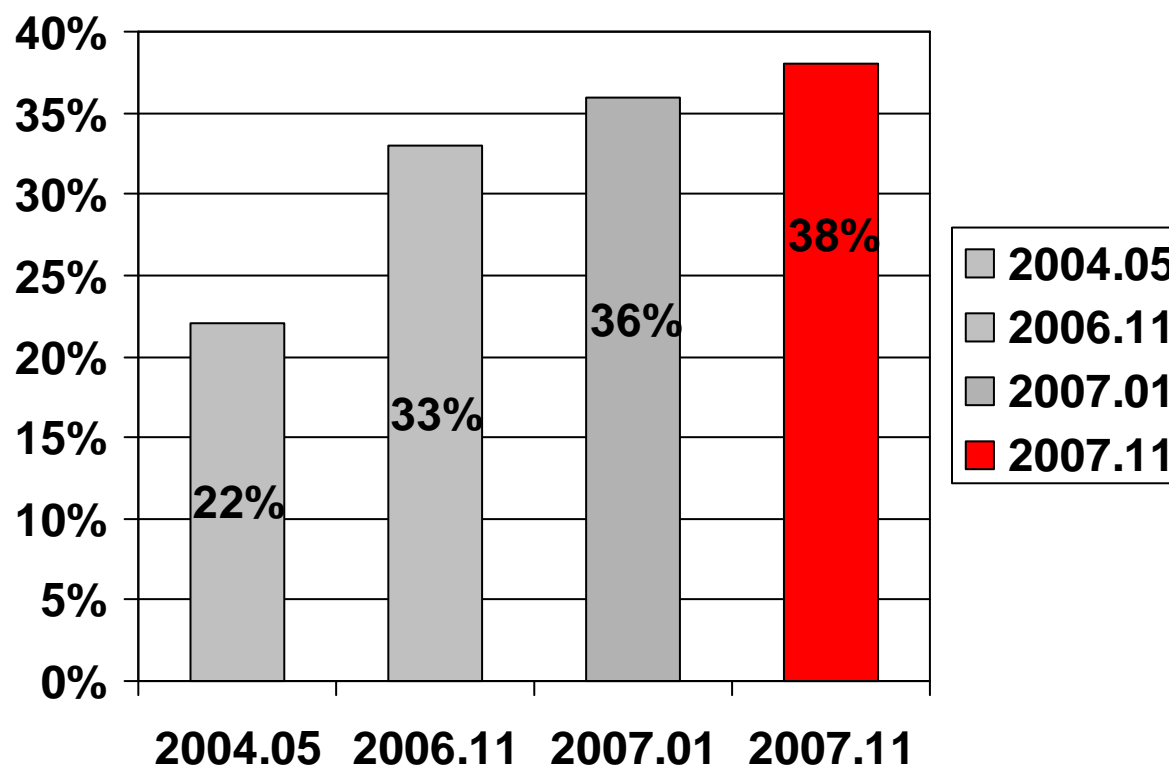
Rezultaty - wpłaty na fundusz

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Rezultaty - Wzrost znajomości

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Od czterech lat obserwujemy stały wzrost spontanicznej znajomości rodzinnych domów dziecka. W tym czasie znajomość wrosła o 16%.

Źródło: SMG/KRC 2004, 2006, 2007

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 - Zasady

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

15 luty – termin składania projektów.

20 kwietnia – rozstrzygnięcie konkursu.

Jeden dom dwa projekty.

Projekt do 10 000 zł.

Realizacja 01.06.2008 – 20.02.2009

Kryteria:

- Adekwatność projektu do badań– 10 pkt;
- Rezultaty projektu – 5 pkt;
- Wkład własny – 5 pkt;
- Doświadczenie – 5 pkt;
- **Ocena autorska – 10 pkt.**



Grunt to rodzina - Rezultaty

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

2008

985 dzieci, 184 rodziców
136 projektów, 928 864 zł

2007

551 dzieci, 74 rodziców
69 projektów, 438 200 zł

2006

256 dzieci, 90 rodziców
33 projekty, 127 518 zł

2005

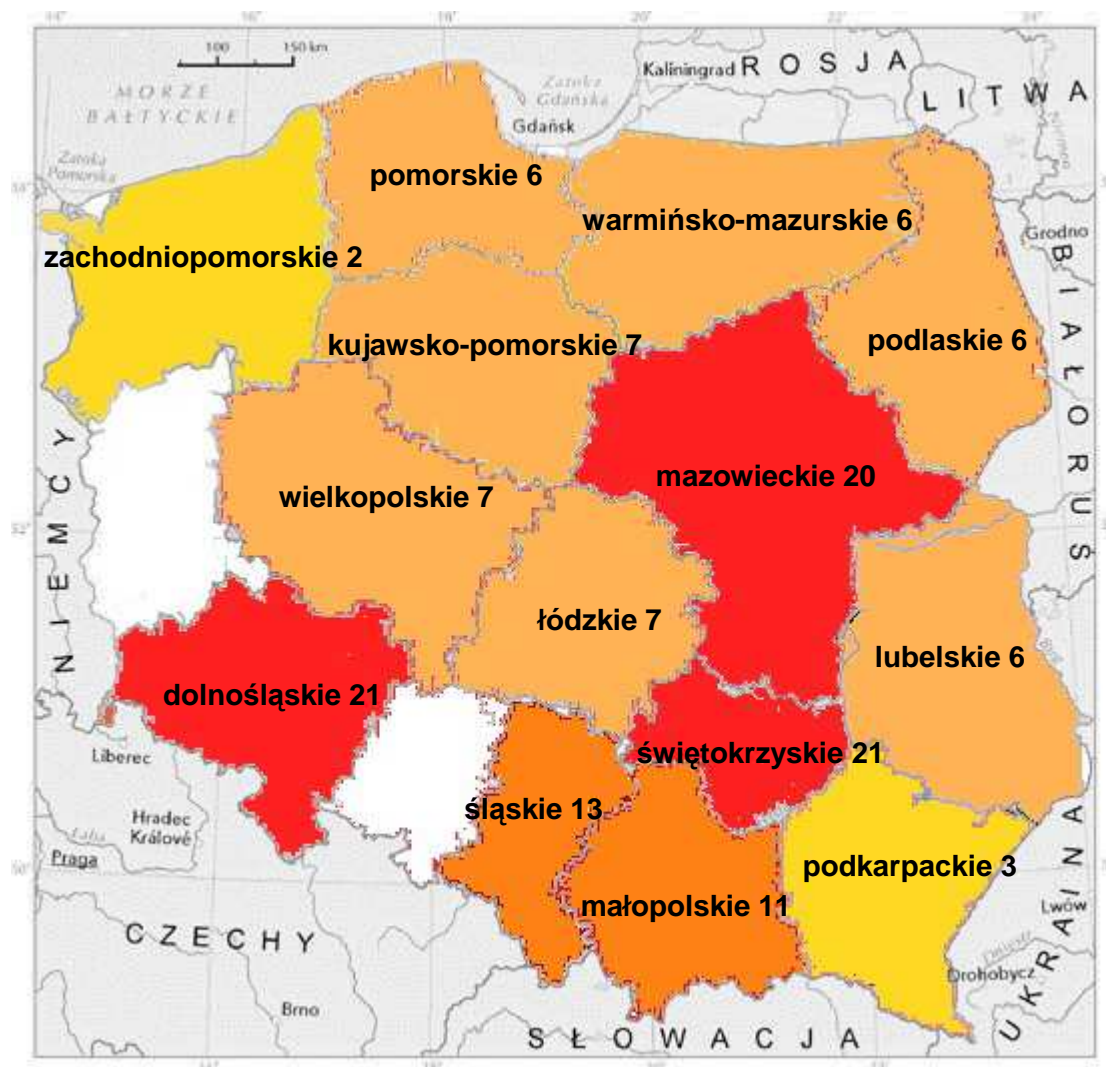
119 dzieci, 68 rodziców
18 projektów, 69 110 zł



W czterech akcjach zebraliśmy w Funduszu Edukacyjnym **1 563 692 zł**

Grunt to rodzina 2008

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



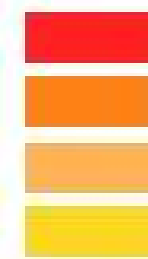
136 projektów



985 dzieci



184 rodziców



powyżej 20 projektów

od 10 do 19 projektów

od 5 do 9 projektów

do 4 projektów

Monitoring

monitoring finansowy i merytoryczny 26 projektów

Ewaluacja

Ankieta ewaluacyjna wysłana do wszystkich RDD
biorących udział w konkursie

31 odpowiedzi (66%)

- Czy sposób informowania o konkursie był dobry?
ocena: **9,4 pkt** (skala od 1 do 10)
- Procedury i dokumenty funduszu były jasne i zrozumiałe?
ocena: **9,3 pkt**
- Miałem/miałam wystarczającą ilość czasu na przygotowanie projektu.
ocena: **9,5 pkt**
- Poleciłbym/poleciłabym Fundusz Edukacyjny innym rodzinnym domom dziecka.
ocena: **9,8 pkt**



Dlaczego warto wspierać projekt „Grunt to rodzina”

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Projekt ważny społecznie

Proponujemy udział w projekcie, którego długookresowym celem jest pomoc dzieciom pokrzywdzonym przez los, którym pomagamy wkroczyć w dorosłe życie.

Konkretna pomoc

Dzięki działalności Funduszu Edukacyjnego pomagamy konkretnym dzieciom. Pomogliśmy 920 dzieciom i 240 opiekunom.

Projekt medialny

Ze względu na charakter projektu (kampania społeczna) jest on znany, kojarzony z ciepłymi, rodzinnymi obrazami.

Nasze nagrody

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Pro Publico Bono 2005

TOTUS 2006

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