FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Grunt to rodzina

Kampania 2006

Misja

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Żeby dzieci miały dom

Partnerzy i sponsorzy kampanii

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Partnerzy:

Fundacja Ernst&Young
Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej

Sponsorzy:

AMS S.A.
Centrum Finansowe Puławska Sp. z o.o.
Chemia Polska Sp. z o.o.
Fundacja Ernst&Young
Fundacja Grupy TP
Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej
TU Allianz Polska S.A.
Urząd m st. Warszawy
Wydawnictwo Prószyński i S-ka

Partnerzy systemu SMS:

Era,
Orange,
Plus GSM

Wolontariusze i przyjaciele kampanii

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

W kampanii pomogli:

Centrum Prasowe PAP - pomoc w dystrybucji informacji prasowej,

The Chimney Pot - pomoc w kopiowaniu filmu reklamowego,

Kajman Sp z o.o., Memograf - naświetlarnie,

Kolor Druk - druk folderów oraz kart świątecznych,

MillwardBrown SMG/KRC – badania socjologiczne,

MNI S.A. - integracja systemu SMS,

Pracownia C&C, Tomasz Mierzejewski, Renata Kłos
- pomoc w przygotowaniu ogłoszeń prasowych,

Studio Zet - nagranie lektora, pomoc w kompresji filmów,

Testardo Red Cell - projekt graficzny folderu,

Zorka Projekt - fotografie.

Wolontariusze:

Marcin Buczko, Rafał Celiński, Marcin Darmos, Wojciech Gawryła, Justyna Jarosińska, Wojciech Kliczka, Anna Kowalska, Agnieszka Kępka, Monika Madej, Maciej Masłowski, Andrzej Mazurowski, Adrian Najkowski, Kinga Najkowska, Marlena Najkowska, Franciszek Pieczka, Anna Pietrzak, Zosia Skrok, Sylwia Romańczak, Iza Rusak, Agnieszka Traczyk, Kasia Witkowska, Justyna Wojtkowska, Aneta Wyszyńska.

Media w kampanii 2006

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Optimum Media OMD - koordynacja mediów

TELEWIZJA:
TVP 1, Canal+, Telewizja Puls, Ale Kino, Kino Polska, TVP Kultura, Zig Zag, Hyper, Superstacja.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA:

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

RADIO:

Radio Zet, Radiostacja.

PRASA CODZIENNA:

Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Dziennik Polska Europa Świat, Metro, Super Express.

MAGAZYNY:

Polityka, Wprost, Avanti, Forum, Duży Format, Dziecko Krzywdzone, Gość Niedzielny, List, Idziemy, Puls Ruchu, Świat Kobiety, Rewia, Twój Ruch, Tygodnik Powszechny, Uroda, W Drodze.

PRASA LOKALNA:

koordynacja MediaTak, Dziennik Bałtycki – Wieczór Wybrzeża, Dziennik Polski, Dziennik Zachodni, Głos Pomorza, Kurier Lubelski, Kurier Poranny, Słowo Polskie Gazeta Wrocławska.

INTERNET:

Gazeta.pl, Wyborcza.pl.

Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

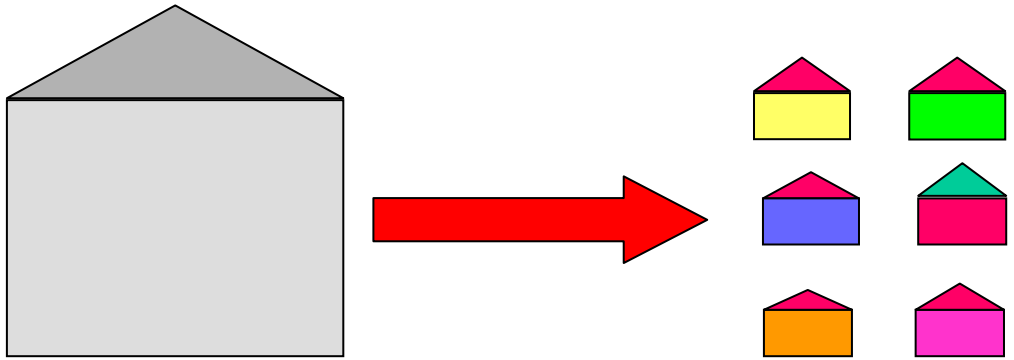
Partnerem kampanii jest Koalicja na Rzecz Rodzinnej Opieki Zastępczej. Jej celem jest między innymi promocja rodzinnych form opieki zastępczej.

Koalicję tworzą instytucje i osoby:

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”.

Dlaczego warto wesprzeć rodzinne domy dziecka?

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA



Dom W rodzinnym domu dziecka mieszka maksymalnie 8 dzieci. W zwykłej placówce – nawet 70

Rodzina Dzieci są częścią rodziny. Mają mamę, tatę, rodzeństwo i dom. W codziennych obowiązkach domowych uczą się samodzielności i zaradności.

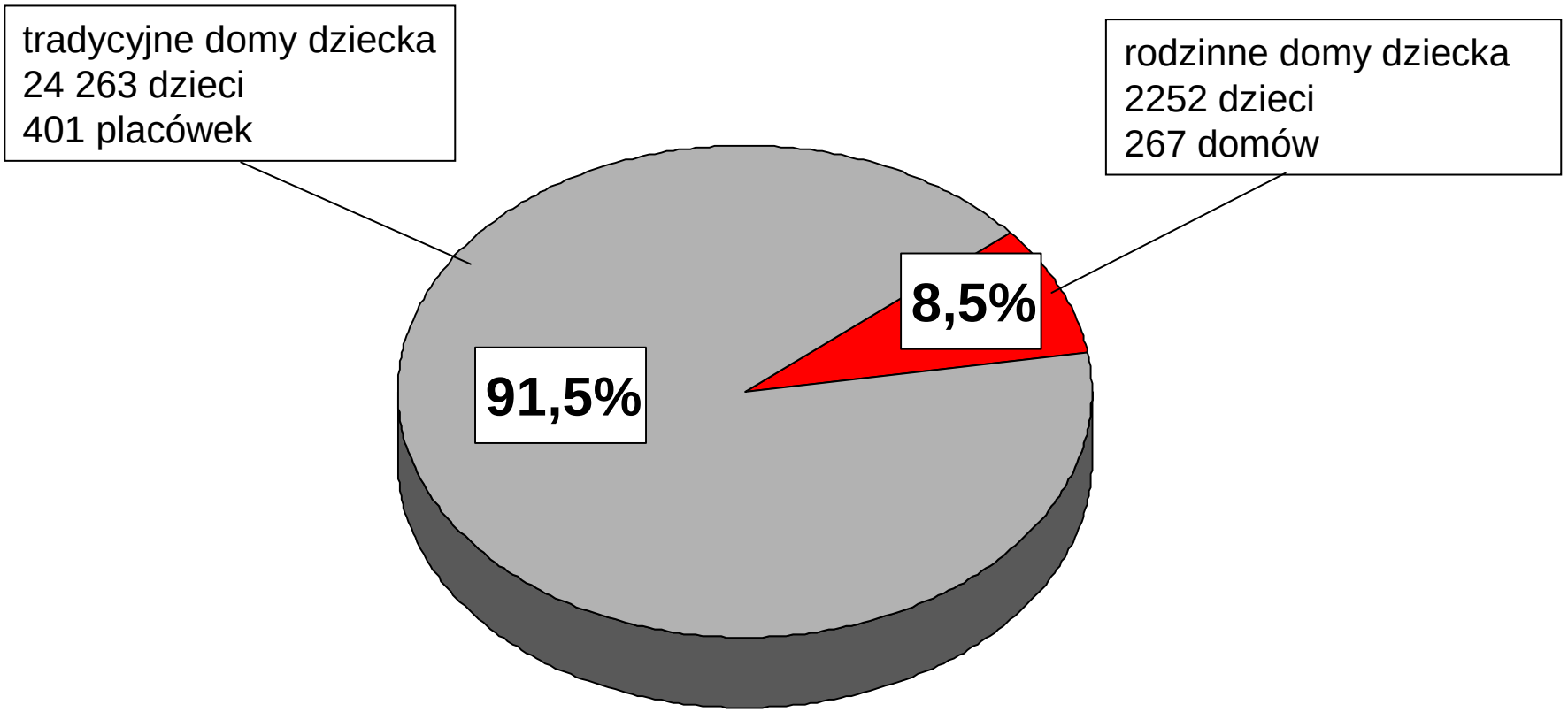
Opieka Zamiast wychowawców opiekują się dziećmi rodzice, którzy są z nimi całą dobę.

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



W Polsce zaledwie 8,5% dzieci mieszka w rodzinnych domach dziecka

Źródło: Ministerstwo polityki społecznej, 2005 (dot. placówek rodzinnych i socjalizacyjnych).

Problemy i możliwości działania

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Bariery - Niewiedza

Zaledwie 33% Polaków zna ten rodzaj opieki nad dziećmi osieroconymi.

Biurokracja

Brak chętnych do zakładania nowych domów

Bariery - Edukacja

63% dzieci ma niższe szanse edukacyjne

niż ich rówieśnicy.

74% ma opóźnienia edukacyjne

brak środków na dodatkowe zajęcia 70%.

Popularyzacja rodzinnych form opieki zastępczej wśród:

- potencjalnych rodziców
- urzędników
- szerokiej publiczności

Wyrównanie szans edukacyjnych dzieci z rodzinnych domów dziecka. Utworzenie Funduszu Edukacyjnego.

Kampania społeczna

Fundusz Edukacyjny

Kampania społeczna - Strategia

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Czas: Grudzień 2006

Zasięg: ogólnopolski

Media: Reklama zewnętrzna
Telewizja
Radio
Prasa
Internet
BTL

Cel: budowa pozytywnego wizerunku rodzinnych domów dziecka
zbiórka pieniędzy na Fundusz Edukacyjny

Kreacja: Fundacja Świętego Mikołaja

Koszty: Większość prac związanych z projektem wykona została bezpłatnie, również wszystkie powierzchnie reklamowe media przekazały bezpłatnie. Wyjątek stanowią koszty druku i wyklejania plakatów wielkoformatowych oraz koszt koordynacji projektu.

Kampania 2006 - Telewizja

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

TVP 1,

Canal +,

Telewizja Puls,

TV 4,

TVP Kultura,

Ale Kino,

Kino Polska,

Zig Zag,

Hyper,

Superstacja.

Kampania 2006 - Reklama zewnętrzna

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

AMS, Clear Channel

400 billboardów 5x2 i 120 6x3 w największych miastach Polski.

Kampania 2006 - Reklama zewnętrzna

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

AMS, Clear Channel

750 citylightów w największych miastach Polski.

Kampania 2006 - Reklama zewnętrzna

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Zarząd Transportu Miejskiego

4000 plakatów A3 w warszawskich autobusach, tramwajach i metrze.

Kampania 2006 - Radio

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Radio Zet,

Radiostacja.

Konkurs radiowy - specjalna współpraca z Radiem Zet

- 11 - 22 grudnia
- Do wygrania była choinka z dostawą do domu.
- Cały dochód przeznaczony został na Fundusz Edukacyjny.

Kampania 2006 - Prasa

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Prasa codzienna ogólnopolska

Gazeta Wyborcza,
Rzeczpospolita,
Dziennik Polska,
Europa, Świat,
SuperExpress,
Metro.

Tygodniki

Polityka,
Wprost,
Forum.

Kampania 2006 - Prasa

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Magazyny

Avanti, Duży Format, Dziecko Krzywdzone, Gość Niedzielny, List, Idziemy, Puls Ruchu, Świat Kobiety, Rewia, Twój Ruch, Tygodnik Powszechny, Uroda, W Drodze.

Prasa Lokalna

Dziennik Bałtycki – Wieczór Wybrzeża, Dziennik Polski, Dziennik Zachodni, Głos Pomorza, Kurier Lubelski, Kurier Poranny, Słowo Polskie – Gazeta Wrocławska.

Kampania 2006 - Internet

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Internet:

Gazeta.pl
Wyborcza.pl

Kampania 2006 - Public Relations

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

- **Reportaż telewizyjny emitowany w:**

  Telewizji Puls,
  Gazeta.pl.

- **Obecność w programach telewizyjnych:**

  Na Celowniku 11 grudnia 17:20 (TVP 1),
  Na Celowniku 15 grudnia 17:20 (TVP 1),
  Panorama 14 grudnia 16:00 (TVP2),
  Poranne espresso 6 grudnia 8:00 (Superstacja).

- **Obecność w audycjach radiowych:**

  6 grudnia 18:00 Radio Zet,
  23 grudnia 11:00 Radiostacja.

- **Informacja prasowa w serwisie PAP**

- **Informacje o kampanii w:**

  Echo Dnia, Gazeta.pl, Forbes.pl, ngo.pl, Aritel.pl, tvpuls.pl, preselekcja.pl, niebieskalinia.pl, familiae.pl, medialine.pl, malopolskie.org, tvp.pl, agora.pl, blog.pomagaj.info, sacz.pl, news.1234.pl, maluchy.pl, dziennik.krakow.pl, dzieci.org.pl

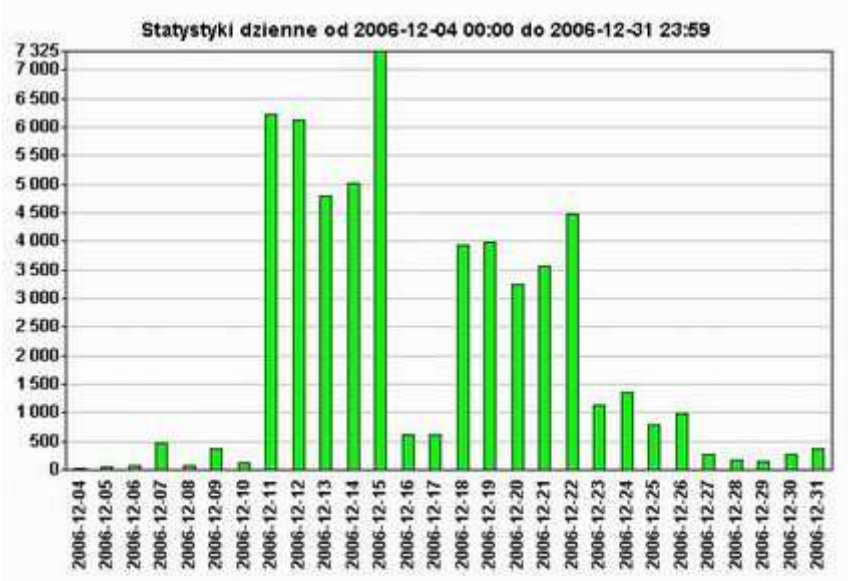
Kampania 2006 - Działania typu BTL

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

- Znaczek „Grunt to rodzina”,
- Foldery,
- Kartki świąteczne,
- Książka o rodzinnych domach dziecka,
- Kwesta zorganizowana przez studentów Uniwersytetu Warszawskiego.

Kampania 2006 - System SMS

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA



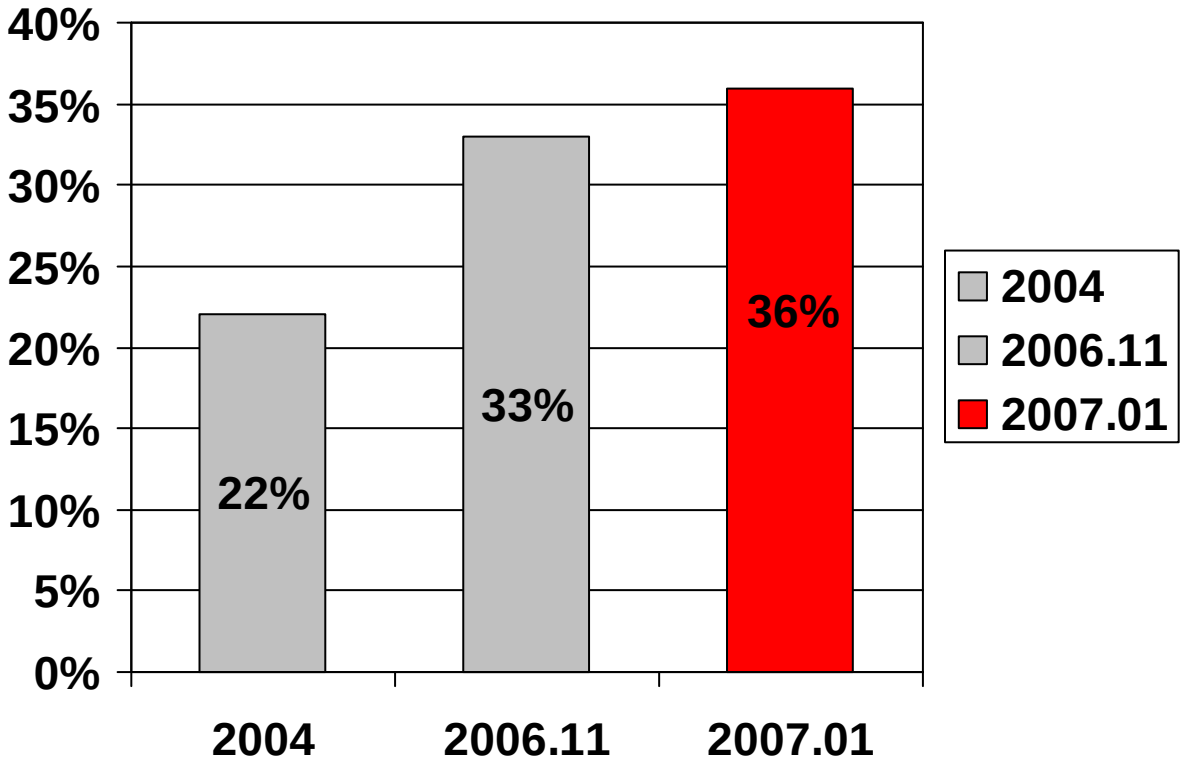
Od 4 do 31 grudnia 2006 zostało wysłanych 56 178 SMS-ów

Całkowity dochód z akcji zasilił Fundusz Edukacyjny,
operatorzy telefonii komórkowej PKT Centertel, Polkomtel i Polska Telefonia Cyfrowa zrzekli się swoich prowizji i opłat.

System SMS został zintegrowany dzięki pomocy firmy MNI S.A.

Badania

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA



Po kampanii spontaniczna znajomość rodzinnych domów dziecka wrosła o **3%**,
W tym samym czasie wspomagana znajomość rodzinnych domów dziecka wyniosła **84%**.

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.

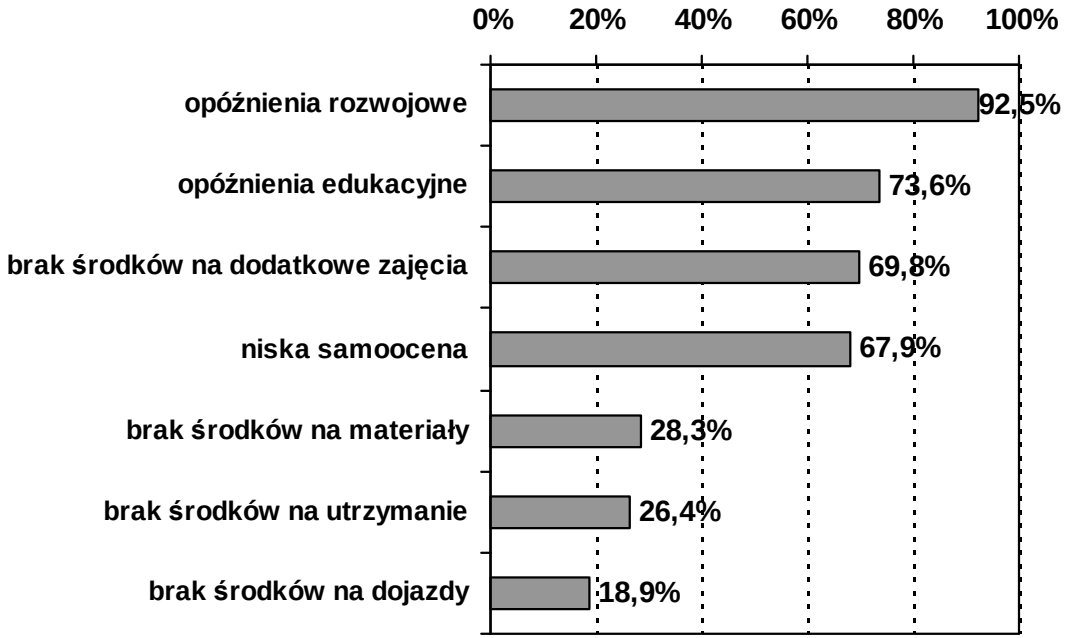
Analiza potrzeb - Badania społeczne

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.

Fundusz Edukacyjny - Rezultaty

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA

Rok 2005
119 dzieci
68 rodziców
18 projektów edukacyjnych
69 110 zł

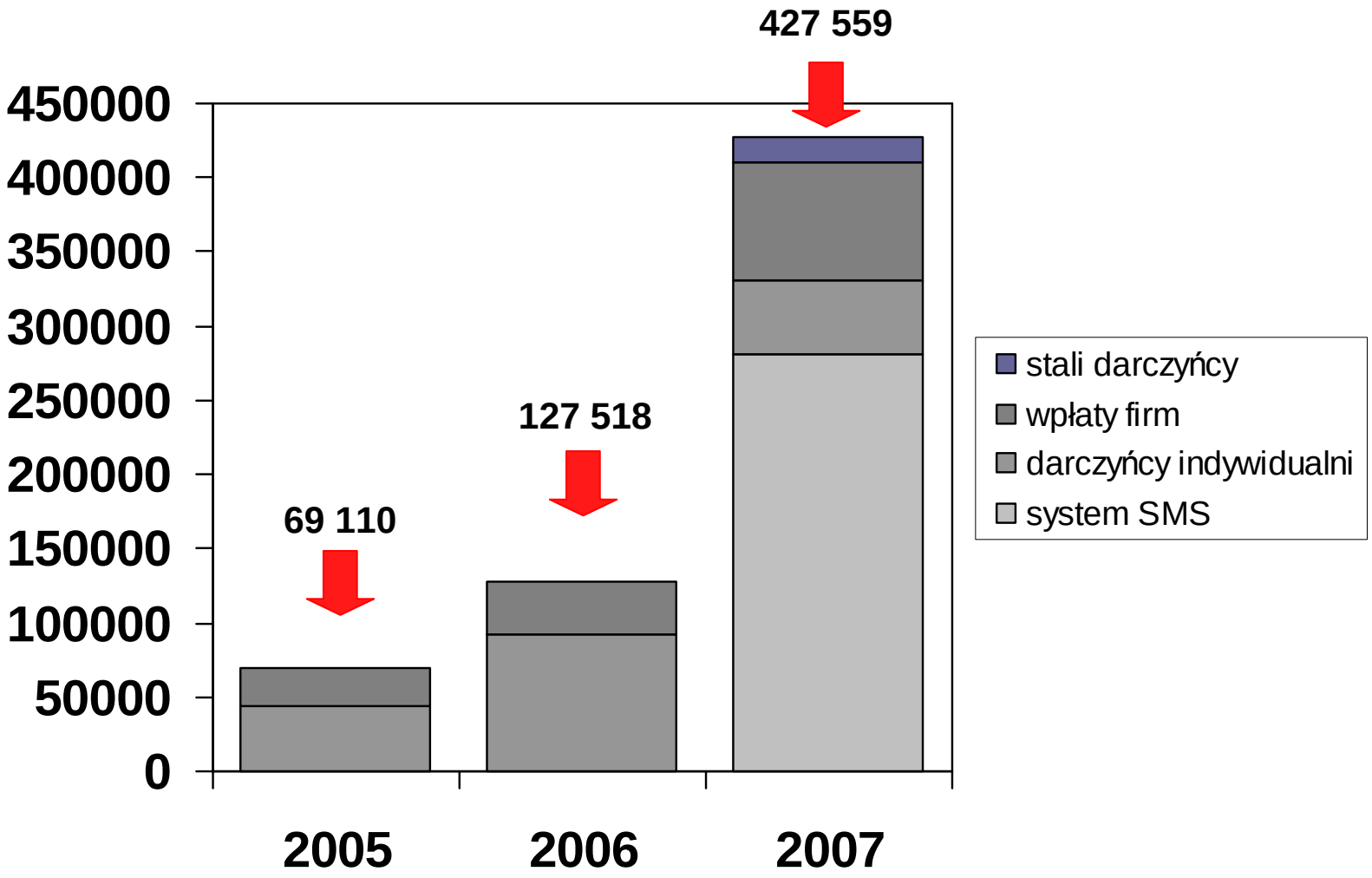
Rok 2006
256 dzieci
90 rodziców
33 projekty edukacyjne
127 518 zł

Rok 2007
427 559 zł

W trakcie trzech akcji zebraliśmy w Funduszu Edukacyjnym 624 187 zł

Fundusz Edukacyjny - wpłaty

FUNDACJA ŚWIĘTEGO MIKOŁAJA



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