

Grunt to rodzina

01.12.2008 – 04.01.2009

**Podsumowanie piątej edycji kampanii
dla rodzinnych domów dziecka**

Misja kampanii „Grunt to rodzina”

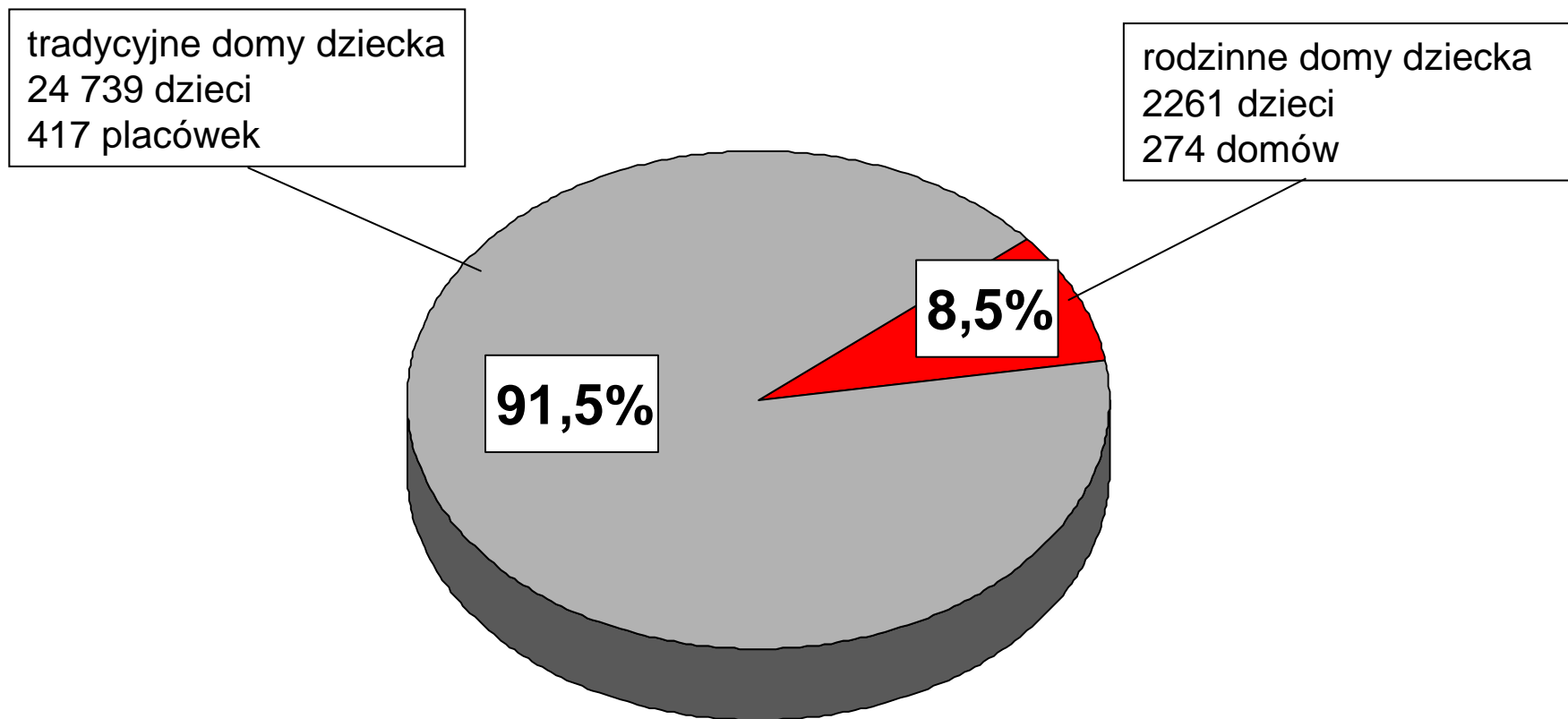
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Żeby dzieci miały dom

Domy dziecka w Polsce

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

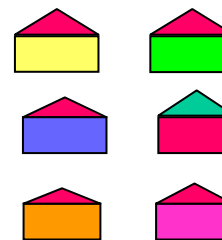
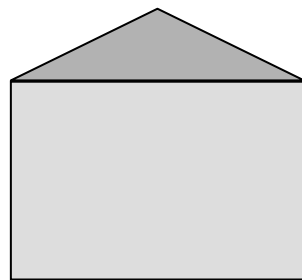


W Polsce zaledwie 8,5% dzieci mieszka w rodzinnych domach dziecka

Źródło: Ministerstwo polityki społecznej, 2007 (dot. placówek rodzinnych, socjalizacyjnych i wielofunkcyjnych).

Potrzebna jest zmiana

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Domy dziecka:

Nawet do 70 dzieci w placówce.
Zmiana opiekunów w ciągu dnia.
Utrwalenie roszczeniowej postawy.
Problemy z edukacją.
Koszt utrzymania dziecka, nawet do 5000 zł.

Rodzinne formy opieki:

Maksymalnie 6-8 dzieci w rodzinie.
Rodzice są z dziećmi całą dobę.
Nauka samodzielności, poprzez pomoc w codziennych obowiązkach.
Niższe koszty utrzymania – 1800 zł w przypadku rodzinnego domu dziecka.

Rodzinne domy dziecka

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Sytuacja RDD:

- 31% istnieje od 1 do 3 lat.
- 13% dzieci jest niepełnosprawna.
- 44% dzieci trafia z domów dziecka.

Bariery rozwoju:

- 75% biurokracja.
- 44% nieprzyjazne podejście urzędników.
- Niska społeczna znajomość rodzinnych domów dziecka.

Dzieci

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

76% dzieci trafiających do rodzinnych domów dziecka ma niższe szanse edukacyjne.

- 74% niska samoocena.
- 80% opóźnienia edukacyjne.
- 88% opóźnienia rozwojowe.
- 20% brak środków na dodatkowe zajęcia.



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%

Opóźnienia rozwojowe 92%



Wyrównanie szans edukacyjnych



Fundusz Edukacyjny

Ogólnopolska kampania społeczna

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

1

Wsparcie mechanizmów więzi i solidarności społecznej

Co robimy?

badania, analiza potrzeb	<ul style="list-style-type: none">- badania największych potrzeb edukacyjnych rodzinnych domów dziecka - MillwardBrown SMG/KRC
strategia, kreacja, zespół	<ul style="list-style-type: none">- przygotowanie strategii i kreacji kampanii- pozyskanie sponsorów projektu- zbudowanie zespołu wolontariuszy profesjonalistów- pozyskanie mediów: outdoor, telewizja, radio, prasa, Internet
realizacja	<ul style="list-style-type: none">- produkcja materiałów dla mediów (ogłoszenia prasowe, plakaty, spoty do radia, filmy dla TV i kin, banery internetowe)- koordynacja kampanii PR- przygotowanie i dystrybucja materiałów dla dziennikarzy- przygotowanie i dystrybucja reportażu filmowego do TV
ewaluacja	<ul style="list-style-type: none">- badania społeczne monitorujące efekty kampanii- podsumowanie

Fundusz Edukacyjny

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

2

Wsparcie osób zagrożonych wykluczeniem społecznym,
w trudnej sytuacji życiowej

Co robimy?

analiza potrzeb	<ul style="list-style-type: none">- analiza potrzeb (badania SMG/KRC MillwardBrown)- aktualizacja bazy danych rodzinnych domów dziecka
przygotowanie, pieniądze	<ul style="list-style-type: none">- opracowanie zasad konkursu na projekty edukacyjne- pozyskiwanie środków (zbiórka publiczna podczas kampanii, SMS-y, kwesty uliczne, 1%, sponsorzy, stali darczyńcy)
konkurs	<ul style="list-style-type: none">- ogłoszenie konkursu (informacja do wszystkich RDD, zainteresowanych NGO, portal www.ngo.pl, media)- powołanie i koordynacja prac komisji konkursu
administracja	<ul style="list-style-type: none">- przygotowanie i podpisanie umów z obdarowanymi- przekazanie dotacji
ewaluacja	<ul style="list-style-type: none">- przygotowanie i koordynacja monitoringu dotowanych projektów- rozliczenie zbiórki publicznej, rozliczenia projektów

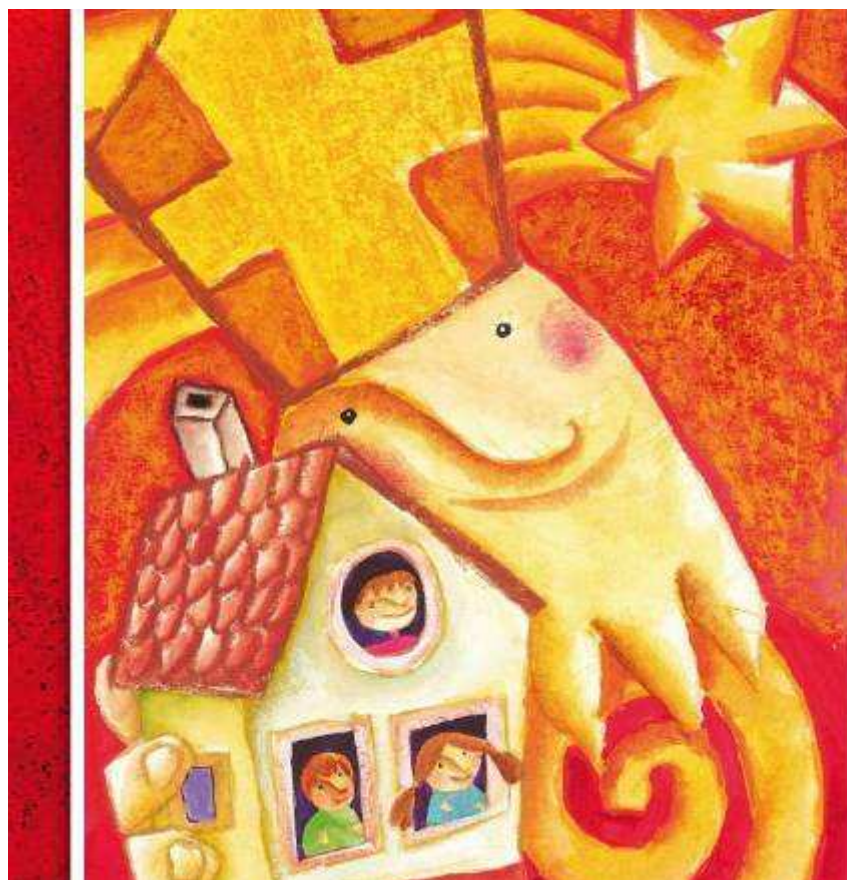
Kampania 2008 - strategia

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

- Czas: Grudzień 2008
- Zasięg: Ogólnopolski
- Media: Radio,
Reklama zewnętrzna,
Telewizja,
Prasa,
Internet,
BTL,
PR.
- Cel: Budowa pozytywnego wizerunku rodzinnych domów dziecka
Zbiórka pieniędzy na Fundusz Edukacyjny
- Grupa docelowa: Szeroka publiczność
Kobiety i mężczyźni
wiek 25 +

Kreacja - billboard

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

nr konta 37 2130 0004 0299 9993 0002

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

www.mikolaj.org.pl



Kreacja - citylight

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

Prosimy o wsparcie
Funduszu Edukacyjnego

nr konta 37 2130 0004 0299 9993 0002

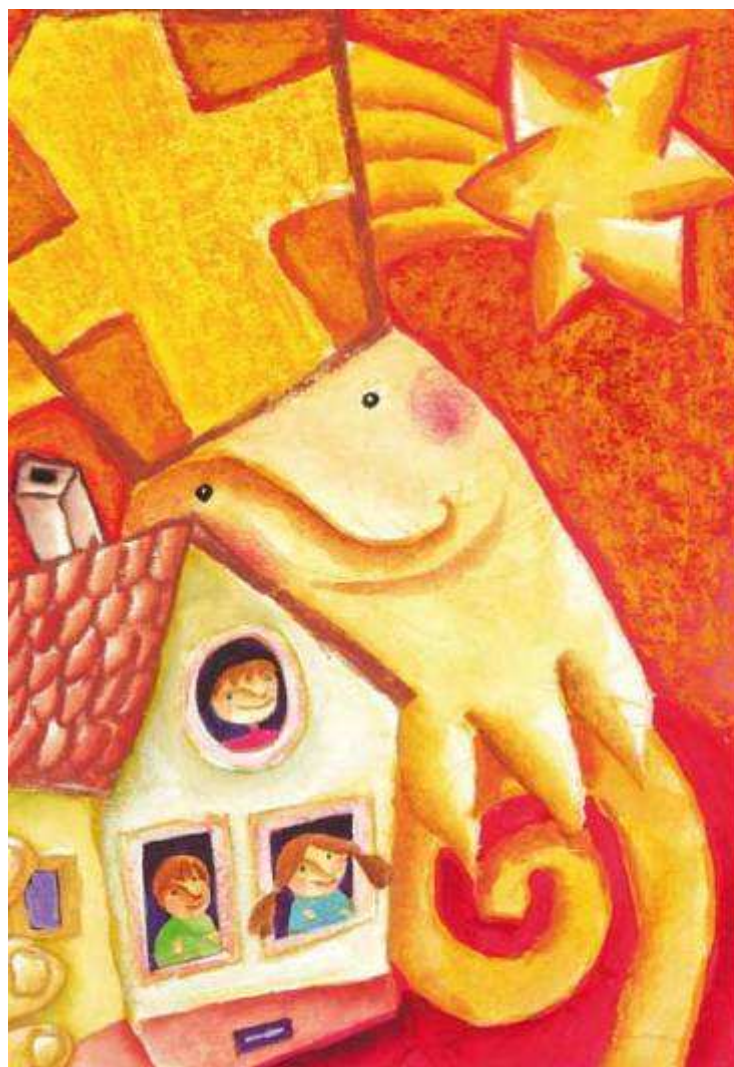
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

www.mikolaj.org.pl



Kreacja - prasa

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



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

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



GRUNT TO RODZINA
POMÓŻ
RODZINNYM
DOMOM
DZIECKA

Prosimy o wsparcie
Funduszu Edukacyjnego

nr konta:

37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

www.mikolaj.org.pl

Kreacja – film reklamowy

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Film reklamowy 40" i 50"

Kreacja – baner internetowy

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Partnerzy i przyjaciele kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Sponsorzy kampanii:

Fundusz Inicjatyw Obywatelskich, Nowy Adres, VGI.

System SMS:

P4, PKT Centertel, Polkomtel, Polska Telefonia
Cyfrowa – bezpłatne sms-y
MNI S.A. – integracja systemu.

Badania socjologiczne:

MillwardBrown SMG/KRC – badania socjologiczne.

Konferencja prasowa:

Centrum prasowe PAP – sala konferencyjna, Press
serwis – monitoring mediów, Żelazna Studio – serwis
fotograficzny, Nestle, Wypiek ciast domowych
Marzenie - poczęstunek

Kreacja:

Krzysztof Kokoryn, Wojciech Kliczka – animacja,
Franciszek Pieczka – głos Świętego Mikołaja, Nowy
Design – projekt plakatu i ogłoszenia prasowego
Pracownia C&C, Tomek Mierzejewski - pomoc DTP,
Grupa Adweb – projekt baneru www, Zorka Projekt –
fotografie do folderu.

Koordinacja mediów: Dom Mediowy Optimum Media
OMD – kampania reklamowa, Genesis Public Relations –
kampania PR,

Outdoor: AMS, Bizart, Call2Action, Clear Channel Poland,
Piotr i Paweł, Stroeer, Infoscreen, ZTM Warszawa

Prasa: Magazyn Familia, Forum, Gazeta Wyborcza,
Idziemy, Metro, Nasza Piękna Polska, Niedziela, Oliwia,
Polityka, Gość Niedzielny, Wprost, Puls Biznesu, Sól i
Pieprz, Przegląd Reader`s Digest, Rzeczpospolita,
Tygodnik Powszechny, Puls Biznesu, Fakt.

TV: Telewizja Polska, Telewizja Puls, TV4, Superstacja,
MGM, nTalk, Wojna i Pokój, OTV, nSport, Religia TV, TVN
Lingua

Radio:

Polskie Radio pr 3, Radio Plus, Radio PIN, Tok FM, Radio
Vox Białystok, Radio eM, Radio OKO Ostrołęka, Radio
Centrum

Internet: gazeta.pl, nasza-klasa.pl, fronda.pl, sieć Ad.Net
ARBOinteractive, przeznaczeni.pl wme.pl

Partnerzy i przyjaciele kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

STRÖER
out of home media



ams



Trójka
POLSKIE RADIO

TVP 2

TVP 1

nowyadres.pl

VGI

FIO
FUNDUSZ INICJATYW
OBYWATELSKICH

Plus



mni
S.A.

Optimum Media OMD
INSIGHTS IDEAS RESULTS

Millward Brown
SMG/KRC

GENESIS
PUBLIC RELATIONS

PRESS SERVICE
monitoring mediów



Plus
radio
JÓZEF



kai
KATOLICKA AGENCJA INFORMACYJNA



TVpuls



radio RADIO
PARTY CENTRUM



VOX FM
przeboje zawsze młode



RZECZPOSPOLITA

olivia

gazeta

metro

GOSĆ
MAGAZYN

niedziela

POLITYKA

FORUM

Sól i Pieprz

wprost

**TYGODNIK
POWSZECHNY**

idziemy



**Nasza piękna
POLSKA**

Puls Biznesu

Fakt

**Magazyn
Familia**

Gazeta.pl fronda.pl™
PORTAL PODPOLNY

ARBO network

ad.net

nasza-klasa.pl
Polska dla Ciebie i Twojej rodziny

Przeznaczeni.pl
Pierwsza lista z wyznaczenia

Wrota Miasta Ek
Kalendarium wydarzeń w mieście

Reklama zewnętrzna 2008

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



276 Billboardów
w największych
miastach Polski



Reklama zewnętrzna 2008

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



300 Citylightów w największych miastach Polski
20 plakatów 94x94 w warszawskim metrze

Reklama zewnętrzna 2008

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



**29 900 emisji na ekranach Infoscreen (1,7 x 3 m) na stacjach metra.
Emisje na ekranach w sklepach i komunikacji miejskiej.**

Konferencja prasowa

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

4 grudnia 2008 godzina 11.00 Centrum Prasowe PAP

-Prezentacja nowego raportu sytuacji i potrzeb rodzinnych domów dziecka.

- Pokaz reportażu o rodzinnym domu dziecka.

- Inauguracja kampanii.

- Udział ekspertów:

dr Barbara Passini – Krajowy Ośrodek Opiekuńczo Wychowawczy

Kuba Antoszewski – Instytut badawczy MillwardBrown SMG/KRC

Barbara Chmura – mama prowadząca rodzinny dom dziecka



Kampania Public Relations

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Temat rodzinnych domów dziecka był obecny w 13 audycjach telewizyjnych:



TVP 2 – Panorama 18:30 (5x) 4, 5, 9, 13 i 20.12.2008

TVP 1 – Wiadomości 19:30 (3x) 7, 8 i 25.12.2008

Polsat – Wydarzenia (2x) 16:00, 18:50 10.12.2008

Superstacja - 10:35 6.12.2008

Kurier Warszawski – (2x) 24 i 25.12.2008

Kampania Public Relations

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Ponad 60 audycji i publikacji poświęconych rodzinnym domom dziecka pojawiło się m.in. w:

Agencje informacyjne: Katolicka Agencja Informacyjna, Polska Agencja Prasowa, Radiowa Agencja Informacyjna

Radio: Polskie Radio PR I (x2) i III (5x), Radio PIN, Radio VOX, Radio TOK FM, Radio Józef, Euro Radio, Radio Wawa, Radio Campus.

Prasa: Wprost, Metro, Polska, Gość Niedzielny, Gazeta Wyborcza Łódź, SupeExplokess, Trybuna.

Internet: Wprost.pl, gazeta.pl, nasza-klasa.pl, fronda.pl, naszemiasto.pl, Polskatimes.pl, Niedziela.pl, Wirtualnemedi.pl, polskalokalna.pl, Wyborcza.pl, Interia.pl, Media2.pl, Mediafm.net, Wiadomości24.pl, Lubuszanin.org.pl, Epr.pl, Media2.pl, Netpr.pl, Magazynfamilia.pl, Potrzebuje-pomagam.pl, Bogunce.hekko.pl, Polska.pl, Internetpr.pl.

Reportaż 7`41”

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



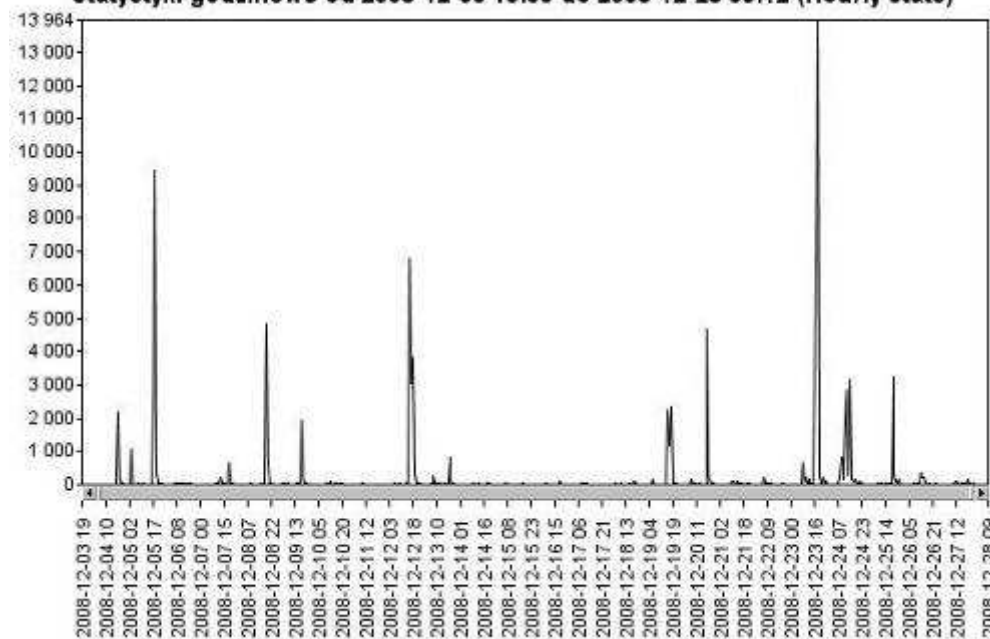
Emisja w TV Puls, fragmenty wykorzystane w głównym wydaniu Wiadomości TVP1 w dwóch wydaniach Panoramy TVP2, Wydarzeniach Polsatu i Kurierze Warszawskim.

System SMS

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Statystyki godzinowe od 2008-12-03 19:00 do 2008-12-28 09:12 (Hourly stats)



System działa od 01.12.08 do 01.06.09. Operatorzy telefonii komórkowej
zrzekli się swoich prowizji. System zintegrowała firm MNI S.A.
Do Funduszu Edukacyjnego trafiło **510 245 zł!**

System SMS

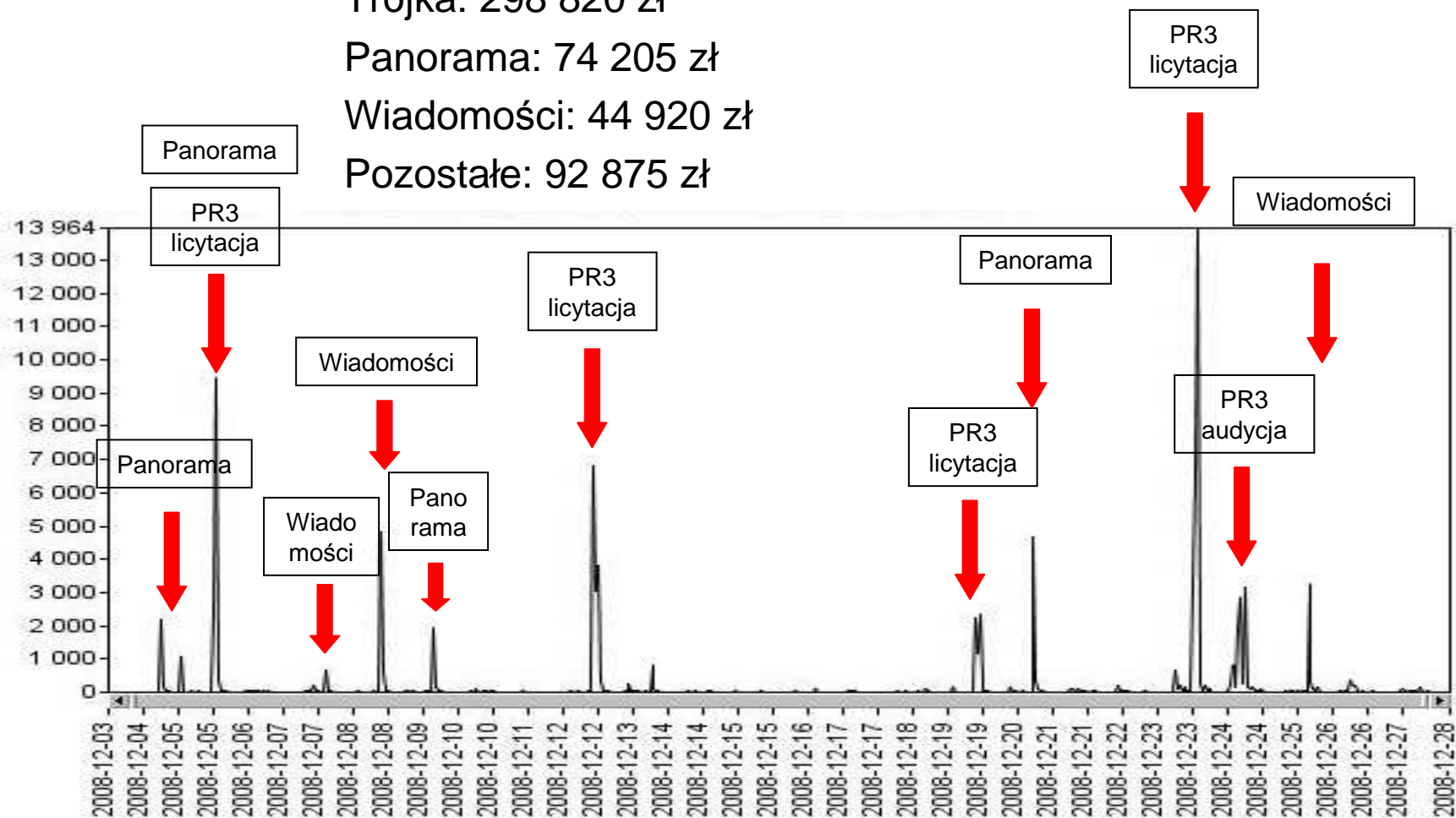
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Trójka: 298 820 zł

Panorama: 74 205 zł

Wiadomości: 44 920 zł

Pozostałe: 92 875 zł



Największy efekt przyniosła promocja numeru SMS
w Panorami, Wiadomościach i w czasie licytacji w Trójce

Licytacje w Trójce

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



5, 12, 19 i 23 grudnia
odbyły się radiowe
licytacje prowadzone
przez Kubę
Strzyczkowskiego.

Dochód z licytacji wyniósł:

329 175,33 zł



Orszak Trzech Króli

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Niedziela, 4 stycznia Stare Miasto.
Wspólna zabawa i kolędowanie.

W czasie kwesta na rzecz rodzinnych
domów dziecka, wolontariusze zebrali
8696 zł i 69 gr.



Drzewko dobrych życzeń

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Wspólna akcja z redakcją Metra.
Do wsparcia rodzinnych domów dziecka
zachęcały znane i lubiane osoby.

Czytelnicy mogli włączyć się do akcji
wysyłając SMS-em świąteczne życzenia



Iluminacja choinki

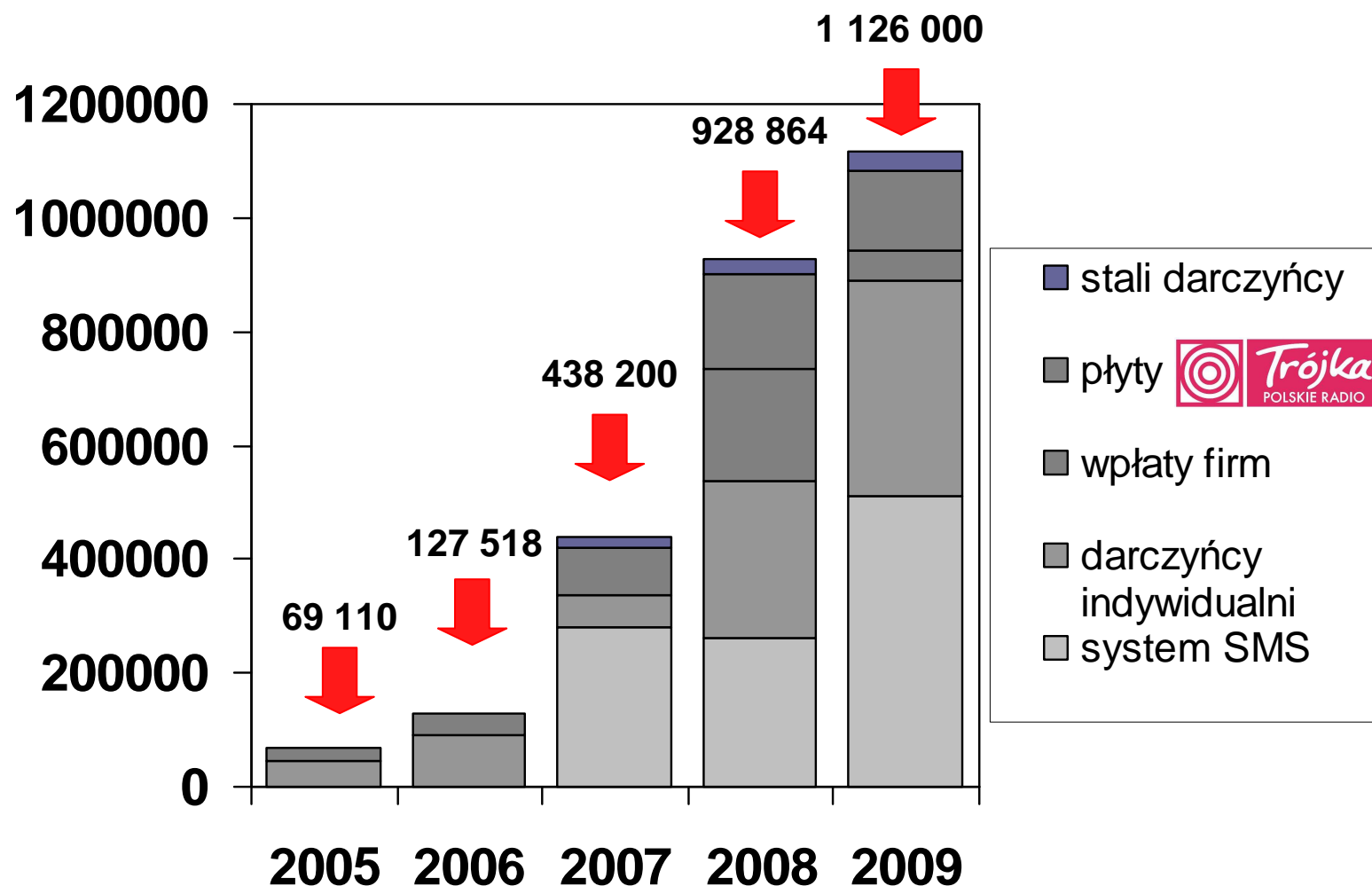
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



6 grudnia na pl. Zamkowym w Warszawie w czasie uroczystego zapalenia światełek na choince, radni kwestowali na rzecz rodzinnych domów dziecka.

Wpłaty na Fundusz Edukacyjny 2005-2009

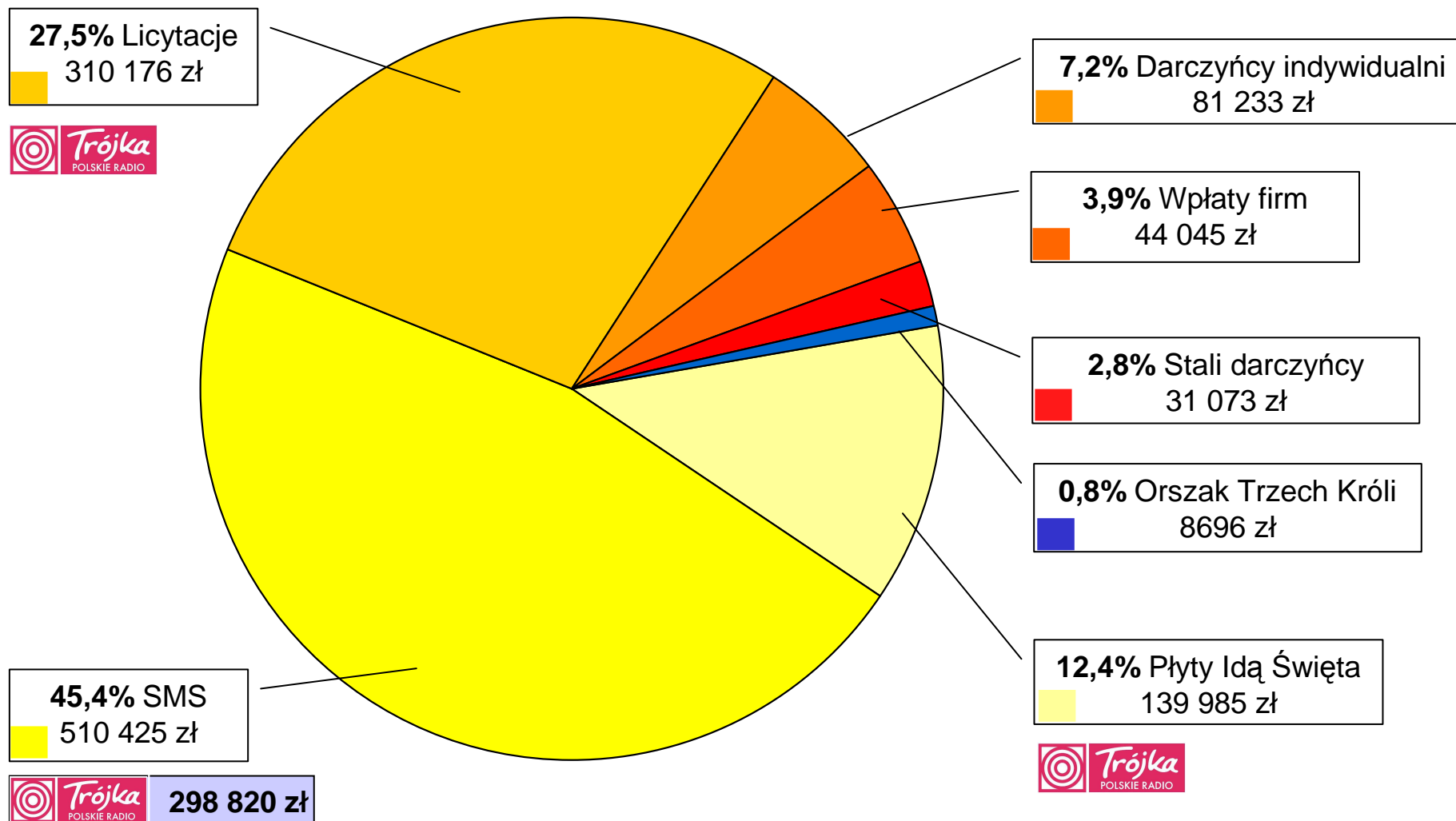
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Fundacja nie pobiera prowizji na prowadzenie projektu od wpłat darczyńców.

Wpłaty na fundusz w podziale na źródła

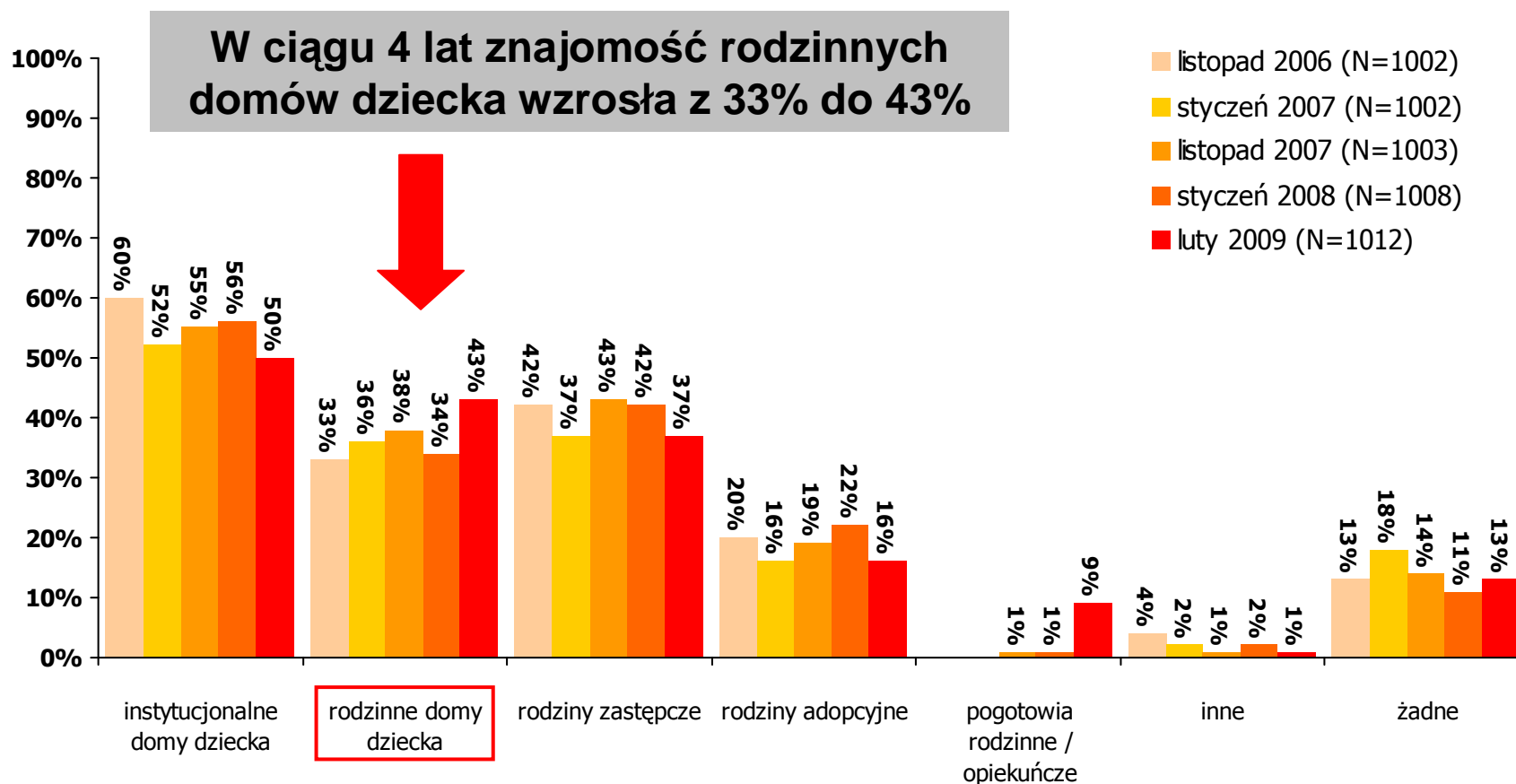
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Rezultaty: Znajomość form opieki nad dziećmi osieroconymi

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Q1. Proszę powiedzieć, jakie Pan(i) zna formy opieki nad dziećmi osieroconymi lub dziećmi, których rodzice mają odebrane lub ograniczone prawa rodzicielskie?

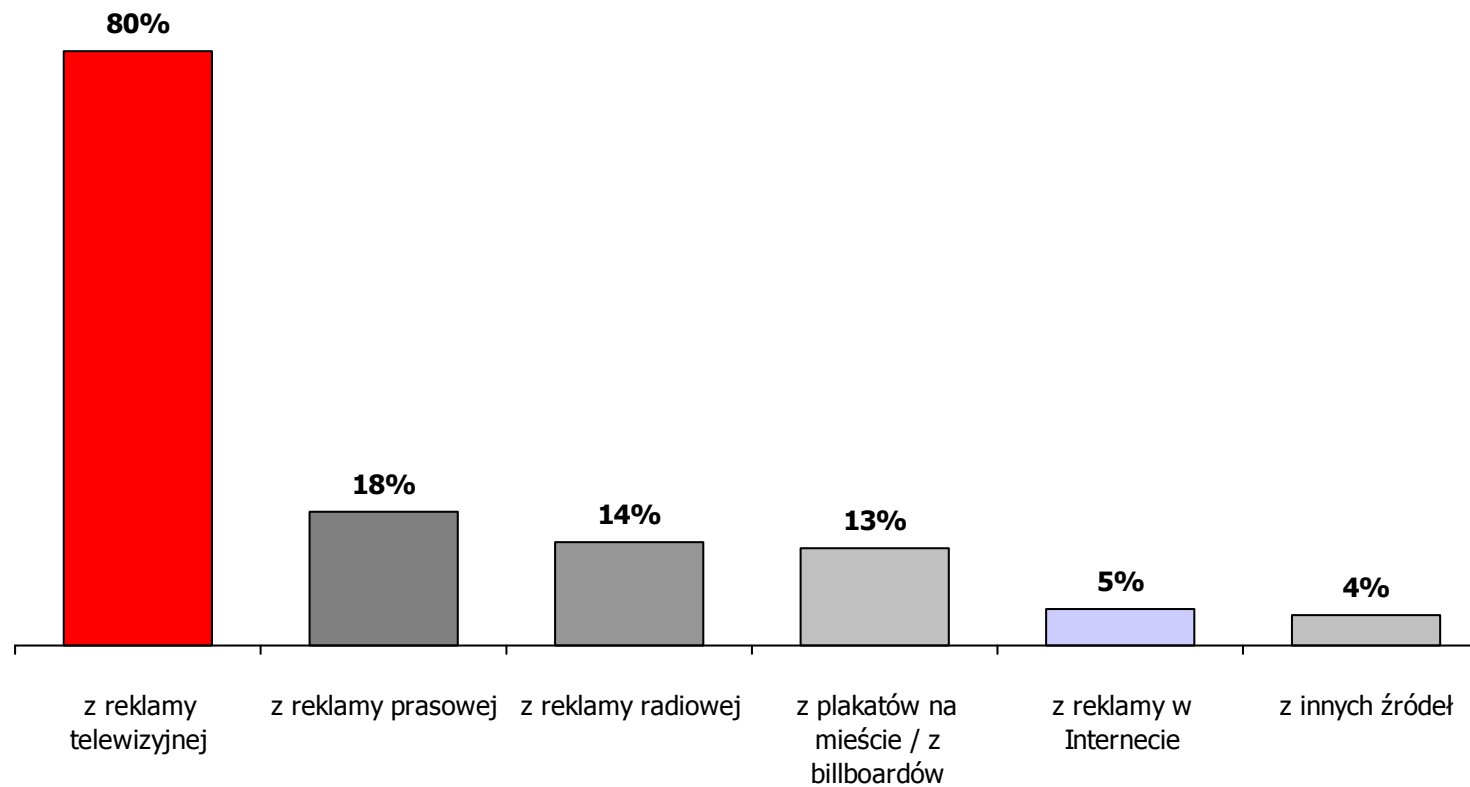


Źródło: MillwardBrown SMG/KRC 02.2009
Podstawa – wszyscy respondenci

Źródła wiedzy o kampanii

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Q8. Skąd Pan(i) dowiedział(a) się o akcji pomocy dla rodzinnych domów dziecka?



Źródło: MillwardBrown SMG/KRC 02.2009 Podstawa – respondenci, którzy znają tę akcję N=179

Znajomość i opinia o kreacji

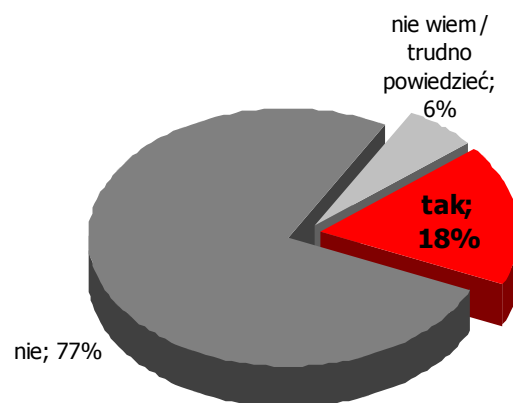
FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Q9. A czy w ciągu ostatnich 2 miesięcy spotkał(a) się Pan(i) z takim plakatem?

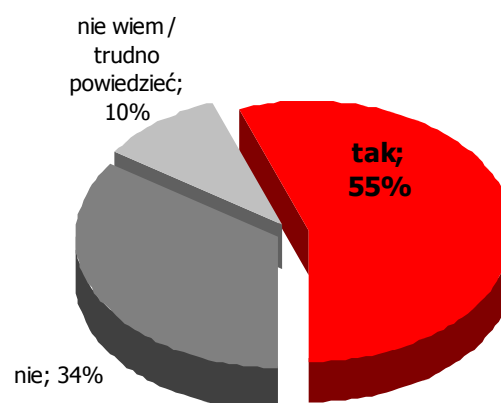
Q10. Czy podobał się Panu(i) ten plakat?

Q11. Czy ta kampania porusza ważny temat?

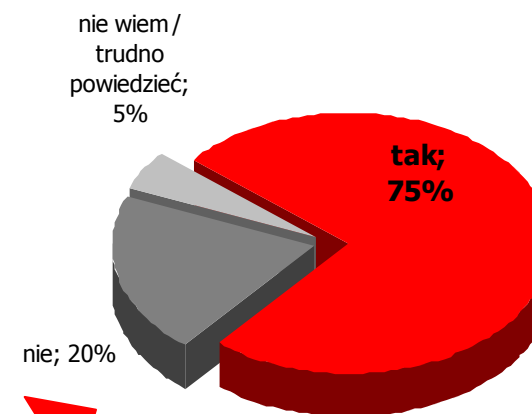
Znajomość plakatu



Atrakcyjność plakatu



Opinia o ważności tematu poruszanego w kampanii



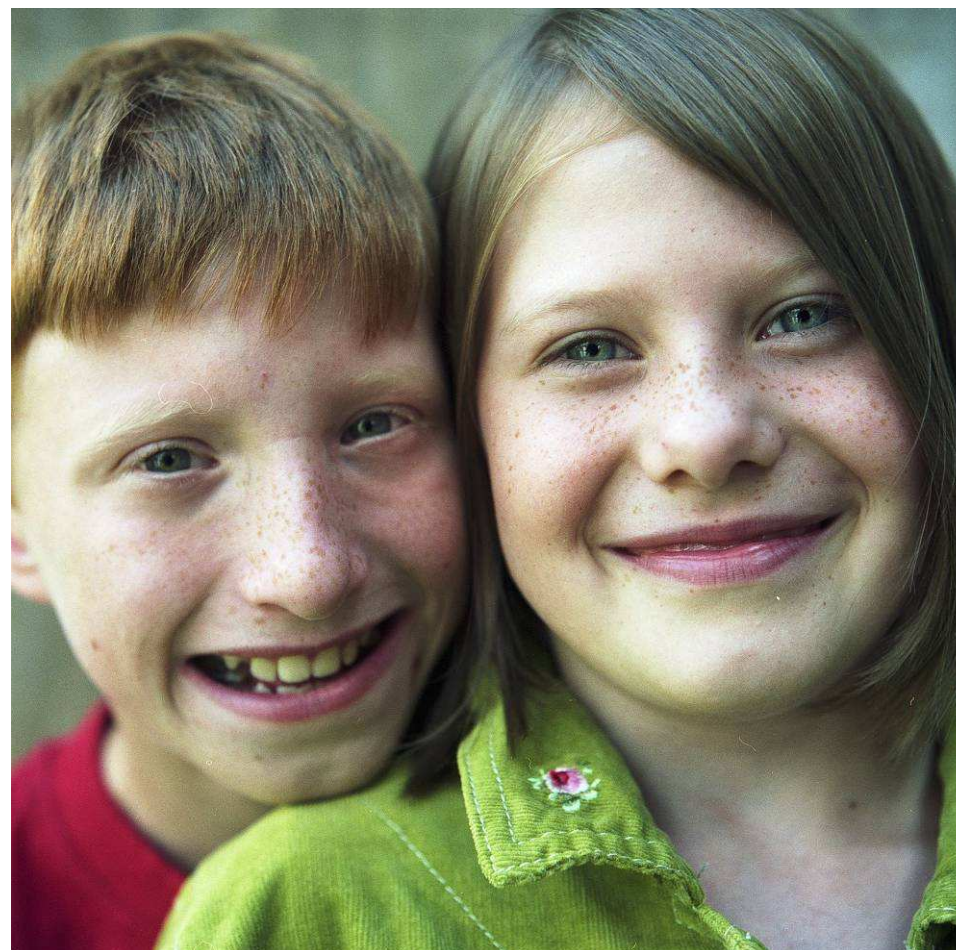
75% respondentów, którzy zapamiętali kampanię uważa, że porusza ona ważny temat

Na co przeznaczamy pieniądze?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

Wyrównywanie szans edukacyjnych.
Dzięki kampanii „Grunt to rodzina” finansujemy:

- Zajęcia językowe i wyrównawcze.
- Zakupy pomocy, komputerów, podręczników.
- Szkolenia dla rodziców.
- Pomoc specjalistów.
- Zajęcia sportowe, artystyczne.
- Wyjazdy edukacyjne.



Jak wydajemy pieniądze z Funduszu Edukacyjnego?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Dlaczego edukacja?

Badania wskazują, że to najważniejsza potrzeba.



Jak pomagamy?

Finansujemy konkretne przedsięwzięcia edukacyjne w całej Polsce.



Jasne zasady - Konkurs oparty o kryteria:

Adekwatność projektu do badań: 10 pkt;

Rezultaty projektu: 5 pkt;

Wkład własny: 5 pkt;

Doświadczenie: 5 pkt;

Ocena autorska: 10 pkt.

Fundusz Edukacyjny 2005-2009

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

2009

914 dzieci, 124 rodziców
157 projektów, 1 126 000 zł

2008

850 dzieci, 100 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

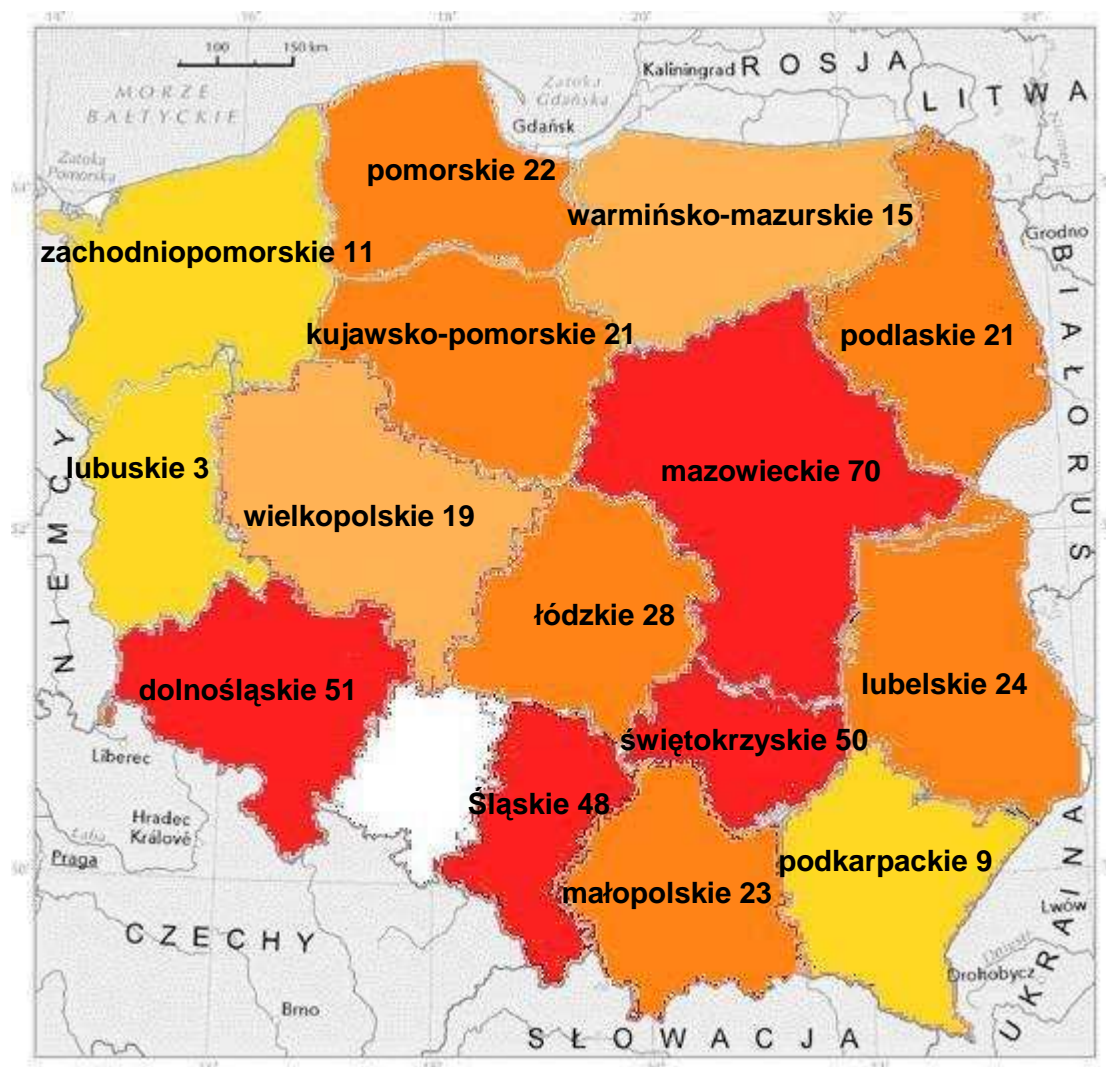
119 dzieci, 68 rodziców
18 projektów, 69 110 zł



Jak dotąd zebraliśmy **2 673 692 zł** na pomoc dla dzieci osieroconych!

Gdzie pomagamy?

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



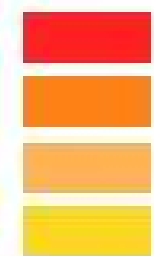
415 projektów



1000 dzieci



150 opiekunów



powyżej 45 projektów

od 20 do 44 projektów

od 15 do 19 projektów

do 15 projektów

Pozytywna zmiana

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

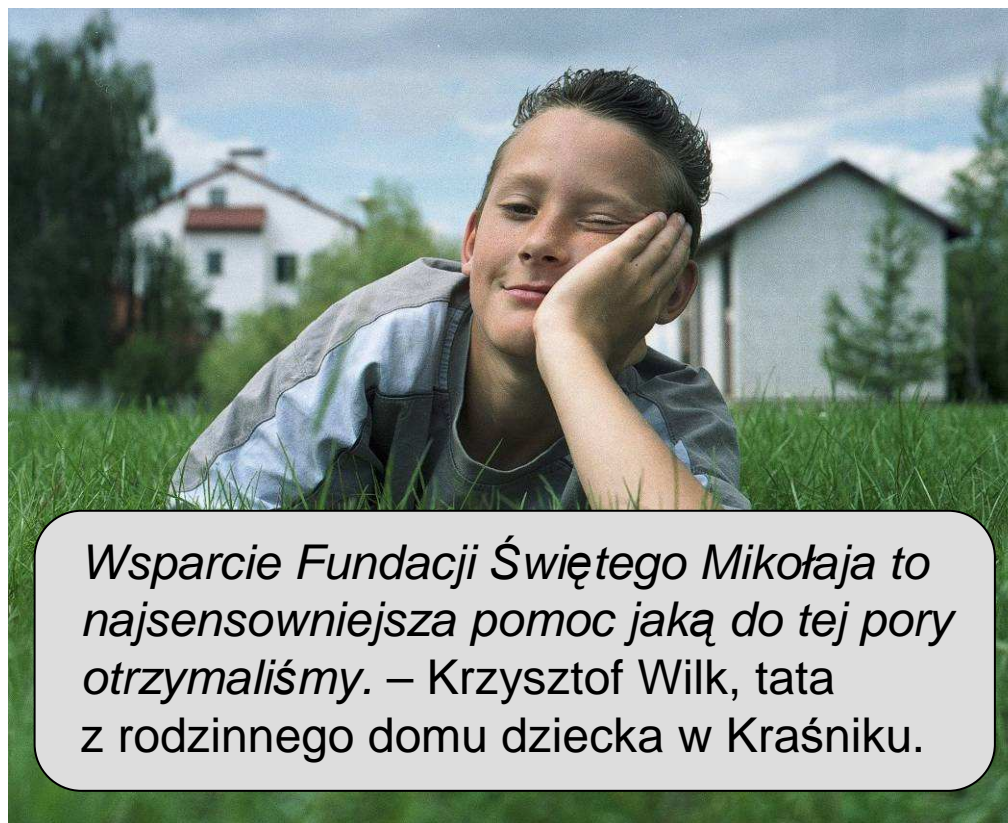
2004

69,8% brak środków na
dodatkowe zajęcia.



2008

20% brak środków na
dodatkowe zajęcia.



Wsparcie Fundacji Świętego Mikołaja to najsensowniejsza pomoc jaką do tej pory otrzymaliśmy. – Krzysztof Wilk, tata z rodzinnego domu dziecka w Kraśniku.

Dlaczego warto wesprzeć *Grunt to rodzina?*

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA

1

Program ważny społecznie

Wyrównanie niższych szans edukacyjnych dzieci osieroconych, oceniane jako ich najważniejszy problem.

2

Konkretna pomoc

Pomagamy konkretnym dzieciom - 1000 podopiecznych, 415 zrealizowanych przedsięwzięć edukacyjnych.

3

Przejrzystość działań

Fundacja działa transparentnie i w oparciu o najwyższe standardy etyczne. Pierwsza nagroda w konkursie na najlepszą inicjatywę obywatelską roku Pro Publico Bono.

4

Wsparcie reformy systemu opieki zastępczej

Program wspiera zmianę systemową opieki nad dziećmi osieroconymi w Polsce – kampania reklamowa i PR.

Nasze nagrody

FUNDACJA
ŚWIĘTEGO
MIKOŁAJA



Pro Publico Bono
2005



TOTUS 2006



Ubi Caritas 2008

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

Biuro fundacji:

ul. Marszałkowska 87 lok 5

00-683 Warszawa



**Przeznacz 1% podatku
Fundacji Świętego Mikołaja**

KRS: 0000126602

ul. Przesmyckiego 40

05-500 Piaseczno

Nr konta Funduszu Edukacyjnego:

37 2130 0004 2001 0299 9993 0002

