

## Ruszyła 8 edycja kampanii „Grunt to rodzina”

Jak co roku, w wyjątkowy sposób, została zainaugurowana – 8 już edycja – kampanii Grunt to rodzina, organizowana przez Fundację Świętego Mikołaja.



Jak co roku, w wyjątkowy sposób, została zainaugurowana – 8 już edycja – kampanii Grunt to rodzina, organizowana przez Fundację Świętego Mikołaja. W ramach akcji prowadzona jest zbiórka pieniędzy na Fundusz Edukacyjny, z którego środki przeznaczone są w całości na realizację przedsięwzięć edukacyjnych dla dzieci z rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych. Ponadto, już po raz piąty na antenie radiowej Trójki trwa akcja pod hasłem „Idą Święta”, z której całkowity dochód zasili Fundusz Edukacyjny. Dodatkowo, Fundacja Świętego Mikołaja wraz z Cinema Park zorganizowała specjalne spotkanie dla dzieci i opiekunów z rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych. Podczas spotkania zaprezentowana została idea kampanii, a dzieci

miały okazję uczestniczyć w multimedialnym pokazie „Królestwo Zwierząt” w Cinema Park.

Kampania „Grunt to rodzina” realizowana jest od 2004 roku. W **ciągu siedmiu lat działalności Funduszu Edukacyjnego, Fundacja Świętego Mikołaja zebrała i przekazała rodzinnym domom dziecka i rodzinom zastępczym ponad 5 mln zł.** Łącznie Fundacja sfinansowała prawie 800 przedsięwzięć edukacyjnych dla 4500 dzieci w całej Polsce. **W roku 2010 Fundacja Świętego Mikołaja zebrała 1,1 mln zł,** dzięki czemu sfinansowano **186 przedsięwzięć edukacyjnych dla ponad 1200 dzieci** z rodzinnych domów dziecka oraz rodzin zastępczych.

*„Niestety, w Polsce wciąż wiele dzieci przebywa w dużych domach dziecka. Propagowanie idei rodzinnych domów dziecka jest niezbędne, jeśli chcemy, aby więcej dzieci miało szansę na szczęśliwe dzieciństwo i zwiększenie możliwości edukacyjnych. Cieszymy się, że tacy partnerzy jak radiowa Trójka, Program 2 Polskiej Telewizji, Cinema Park oraz wiele innych instytucji popierają kampanię Grunt to rodzina i pomagają nam wzbudzić uśmiech na twarzach dzieci. Dzięki inicjatywom takim, jak akcja „Idą Święta”, możemy dodatkowo wesprzeć naszych podopiecznych, którzy zyskają szansę na realizację swoich marzeń”* – powiedziała Monika Madej, koordynator kampanii „**Grunt to rodzina**” z Fundacji Świętego Mikołaja.

**Celem programu „Grunt to rodzina” jest propagowanie rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych oraz przełamywanie stereotypów oraz barier, które utrudniają powstawanie nowych placówek tego typu.** To ważne społeczne zadanie, ponieważ - według danych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej - spośród prawie 30 tys. wychowanków przebywających w polskich domach dziecka **zaledwie 7,5%** mieszka w domach

rodziny. A to właśnie dzięki tym placówkom mają one szansę na **normalne i szczęśliwe dzieciństwo.**

**Bariery, które napotykają dzieci z rodzinnych domów dziecka znajdują potwierdzenie w liczbach. Aż 58% dzieci trafiających do rodzinnych domów dziecka ma niższe szanse edukacyjne niż ich rówieśnicy.**

- Głównymi przyczynami, które powodują niższe szanse dzieci (według wskazań opiekunów) są:
  - opóźnienia rozwojowe (65% dzieci)
  - opóźnienia edukacyjne (14%)
  - zaniżona samoocena (11%)
  
- Aż 82% opiekunów podkreśla, że **nie posiada środków na wysłanie dzieci na wakacje, a 36% wskazuje problem niedoboru środków finansowych na dodatkową naukę dla dzieci.**

W ramach kampanii „Grunt to rodzina” organizowanych jest szereg akcji:

- Cinema Park – multimedialny pokaz dla dzieci z rodzinnych domów dziecka, w którym uczestniczyło 60 dzieci z 10 rodzinnych domów dziecka i rodzin zastępczych.
- Aukcja przedmiotów podarowanych przez znane osobistości życia publicznego organizowana od 25 listopada do 16 grudnia na antenie Programu III Polskiego Radia w piątkowej audycji „Zapraszamy do

Trójki” (16.00-19.00). Podczas akcji będzie można nabyć przedmioty należące m.in. do Stinga, Moniki Brodki, Kayah, Agnieszki Radwańskiej, Caroline Wozniacki, czy Andrzeja Wajdy.

- Płyta „Idą Święta 5”, ze sprzedaży której całkowity dochód zostanie przeznaczony na rzecz Funduszu Edukacyjnego, prowadzonego przez fundację. Płyta wydana została w nakładzie 20.000 egzemplarzy.
- Płyta z kolędami „Dzieci Dzieciom 2”, nagrana przez uczniów ze Szkoły Lokomotywa z Sopotu. Razem z nimi zaśpiewały gwiazdy polskiej sceny muzycznej: Kuba Mańkowski Piotr Kupicha, Mietek Szcześniak, Liber oraz Cezary Paciorek. Całkowity dochód ze sprzedaży wesprze rodzinne domy dziecka i rodziny zastępcze w woj. pomorskim. Płyta będzie do kupienia przez stronę [www.lokomotywa.edu.pl](http://www.lokomotywa.edu.pl) od 6. grudnia 2011 r.

W kampanii „Grunt to rodzina” wykorzystywane są wszystkie możliwe kanały komunikacji medialnej: prasa, radio oraz telewizja. Ponadto, akcja wspierana jest przez reklamę zewnętrzną: bilboardy oraz plakaty w komunikacji miejskiej w głównych miastach Polski. Partnerem akcji jest radiowa Trójka, natomiast patronem medialnym jest TVP2.

Wszystkie powierzchnie reklamowe udostępniane są bezpłatnie.

Dotychczas do kampanii włączyły się ponadto telewizje: 13th Street, Blink, Comedy Central, Comedy Central Family, Movies 24, MTV,, Universal Channel, VH1, Viva, kanały tematyczne telewizji TVN  
rozgłośnie radiowe: Polskie Radio Program III, Katolickie Radio Płock, Katolickie Radio Zamość, Radio Alfa, Radio Bogoria, Radio Centrum, Radio Emaus, Radio Kołobrzeg, Radio Leliwa, Radio Niepokalanów, Radio Oko, Radio Opole, Radio Parada, Radio PiK, Radio Rzeszów, Radio VIA, tytuły prasowe: Don Bosco, Gazeta Wyborcza, Gość Niedzielny, Idziemy, Metro, Niedziela, Puls Biznesu oraz portal Gazeta.pl i Wiara.pl. Nasze plakaty eksponowane będą w komunikacji miejskiej m.in. w Kaliszu, Przemyślu, Sosnowcu, Tarnowie.

**Fundusz Edukacyjny można wesprzeć wysyłając SMS o treści „Pomoc” na nr 7545 (6,15 zł z VAT). Operatorzy telefonii komórkowych wspierają akcję i przekazują całkowity dochód na jej cel. .Przyjmowane są również darowizny na konto Funduszu Edukacyjnego: 40 1440 1387 0000 0000 1092 6572.**

Informacje o Fundacji:

Fundacja Świętego Mikołaja od ponad jedenastu lat organizuje społeczne i kulturalne kampanie reklamowe. Najważniejsze akcje organizacji to:

- Grunt to rodzina – od 2004 roku Fundacja szerzy ideę rodzicielstwa zastępczego;
- Solidarni – celem projektu jest zbiórka pieniędzy na stypendia dla zdolnych uczniów, których sytuacja finansowa uniemożliwia dalszą edukację, rozwijanie talentów i umiejętności;
- Dzień Papieski – we współpracy z Fundacją „Dzieło Nowego Tysiąclecia” organizowane są kampanie Dnia Papieskiego;
- Mama w pracy – celem inicjatywy jest zwiększenie świadomości społecznej dotyczącej sytuacji matek na rynku pracy. W ramach projektu organizowany jest konkurs dla firm przyjaznych mamom;
- 1% – kampania związana ze zbiórką środków pochodzących z 1% podatku, które zostaną przekazane na statutowe cele Fundacji.

Fundacja zajmuje się badaniem i rozwiązywaniem skutków kryzysu solidarności z potrzebującymi, a w swojej pracy wykorzystuje techniki nowoczesnego zarządzania, marketingu oraz reklamy. Dotychczasowe dokonania Fundacji to:

- 31 ogólnopolskich kampanii społecznych;
- 35 mln zł zebranych na cele społeczne i charytatywne;
- 6 dużych raportów z badań sytuacji i problemów trzech grup

społecznych: samotnych matek, dzieci z rodzinnych domów dziecka i sytuacji mam w pracy;

- 53 badania dotyczące znajomości problemów społecznych, wizerunku organizacji pozarządowych i odbioru kampanii społecznych przez Polaków;
- 16 050 plakatów wielkoformatowych w największych miastach Polski promujących idee społeczne;
- 6800 spotów reklamowych wyemitowanych w radio i telewizji zachęcających do przekazania pieniędzy na cele charytatywne;
- 13 reportaży telewizyjnych na temat najważniejszych problemów społecznych występujących w Polsce;
- kilkaset audycji i publikacji w prasie, telewizji, radio i w Internecie;
- 800 zrealizowanych przedsięwzięć edukacyjnych dla blisko 4500 dzieci z rodzinnych domów dziecka z całej Polski;
- 35 konferencji, debat i pokazów filmowych;
- 45 szkoleń, wykładów i konsultacji dla organizacji pozarządowych przeprowadzonych przez przedstawicieli Fundacji;
- ponad 350 wizyt dentystycznych dla kobiet przebywających w domach samotnej matki w Brwinowie i w Laskach.

Fundacja Świętego Mikołaja w 2005 roku otrzymała nagrodę Pro Publico Bono w kategorii ochrony zdrowia, pomocy społecznej i charytatywnej za najlepszą inicjatywę obywatelską. Rok później, została laureatem nagrody TOTUS przyznawanej przez Fundację Episkopatu Polski „Dzieło Nowego Tysiąclecia” w kategorii „Propagowanie nauczania Ojca Świętego Jana Pawła II”. W 2008 roku Caritas Polska przyznał Fundacji nagrodę Ubi Caritas w kategorii Współpraca. W 2010 r. Fundacja otrzymała wyróżnienie Pełnomocnika Rządu ds. Równego Traktowania za konkurs „Mama w pracy” i działalność na rzecz przełamywania stereotypów wobec pracujących matek oraz wprowadzania nowych standardów zatrudniania kobiet. W roku 2011 Fundacja otrzymała Europejską Nagrodę Obywatelską za

utworzenie i rozwijanie programu stypendialnego „Solidarni”.

**Fundacji Świętego Mikołaja można także pomóc wpłacając pieniądze na jej konto:**

**Volkswagen Bank Polska S.A. 64 2130 0004 2001 0299 9993 0001**

**Nr KRS 0000126602**

**Więcej na [www.mikolaj.org.pl](http://www.mikolaj.org.pl)**

Informacje o Cinema Park:

Cinema Park Orange to interaktywne kino, które w harmonijny sposób łączy elementy edukacji i zabawy. Programy edukacyjne Cinema Park stwarzają możliwości zdobywania różnorodnych doświadczeń, uczestniczenia w zróżnicowanych i ciekawych programach, dzięki którym edukacja jest szybsza i skuteczniejsza.

Dotychczas w Polsce funkcjonują dwa interaktywne kina Cinema Park, w Warszawie i Krakowie. W repertuarze kin Cinema Park znajduje się obecnie 6 programów edukacyjnych: Niezwykły świat techniki, Cztery Żywioty, Królestwo zwierząt, Podróże Kosmiczne oraz Wszystko o człowieku i Na ścieżkach wiary.

Cinema Park Orange, to kino w którym nie ma mowy o chwili nudy. Widzowie przemieszczają się bowiem po sześciu salach kinowych, a każda z nich to inna dawka filmowych emocji. Zabawa zaczyna się w Sali Ruchu wyposażonej w „inteligentne” fotele, które poruszają się synchronicznie według obrazów wyświetlanych na ekranie. W Sali 3D dzięki specjalnym okularom, można obserwować ekscytujące, trójwymiarowe obrazy. Sala Interaktywna to z kolei rywalizacja o pierwsze miejsce. Test wiedzy na wielkim ekranie, pobudza komórki widzów do intensywnego myślenia. W Sali Wyobraźni widzowie otoczeni są zadziwiająco realistycznym dźwiękiem. Dźwiękiem bez obrazu, co dodatkowo stymuluje wyobraźnię. Sala Inspiracji gwarantuje uczestnikom pokazu chwilę zadumy i refleksji a Sala Muzyki niesamowity seans z użyciem kolorowych efektów świetlnych.

