

Rozwód? Przemyśl to.



Żyli razem jakiś czas.
Rozwód to nie jest
szczęśliwe zakończenie.
Przemyśl to!

Podsumowanie kampanii społecznej 2011

Nośniki reklamowe



300 billboardów i 372 citylighty w ponad 80 miastach w całej Polsce.

763 emisje spotu „Bajka” w TVN, TVN7, TVN Style, TVN Turbo, TVN Meteo, TVP1, TVP2, TVP INFO, WeddingTV.

600 emisji spotu radiowego „Bajka” w TokFM, Złote Przeboje, RoxyFM.

45 tys. emisji spotów internetowych na kanale YouTube.

950 tys. emisji spotu „Bajka” na 145 ekranach LCD w klubach fitness i pubach w całej Polsce.

Kreacja: billboard



**Rozwód to nie jest
dobre zakończenie.
Przemyśl to!**



**tata
ma
ma** FUNDACJA
MAMY
I TATY

www.rozwodprzemyslto.pl

IECK

ANKA



TELESCOPE



Kreacja: citylight



FUNDACJA MAMY I TATY

58338902



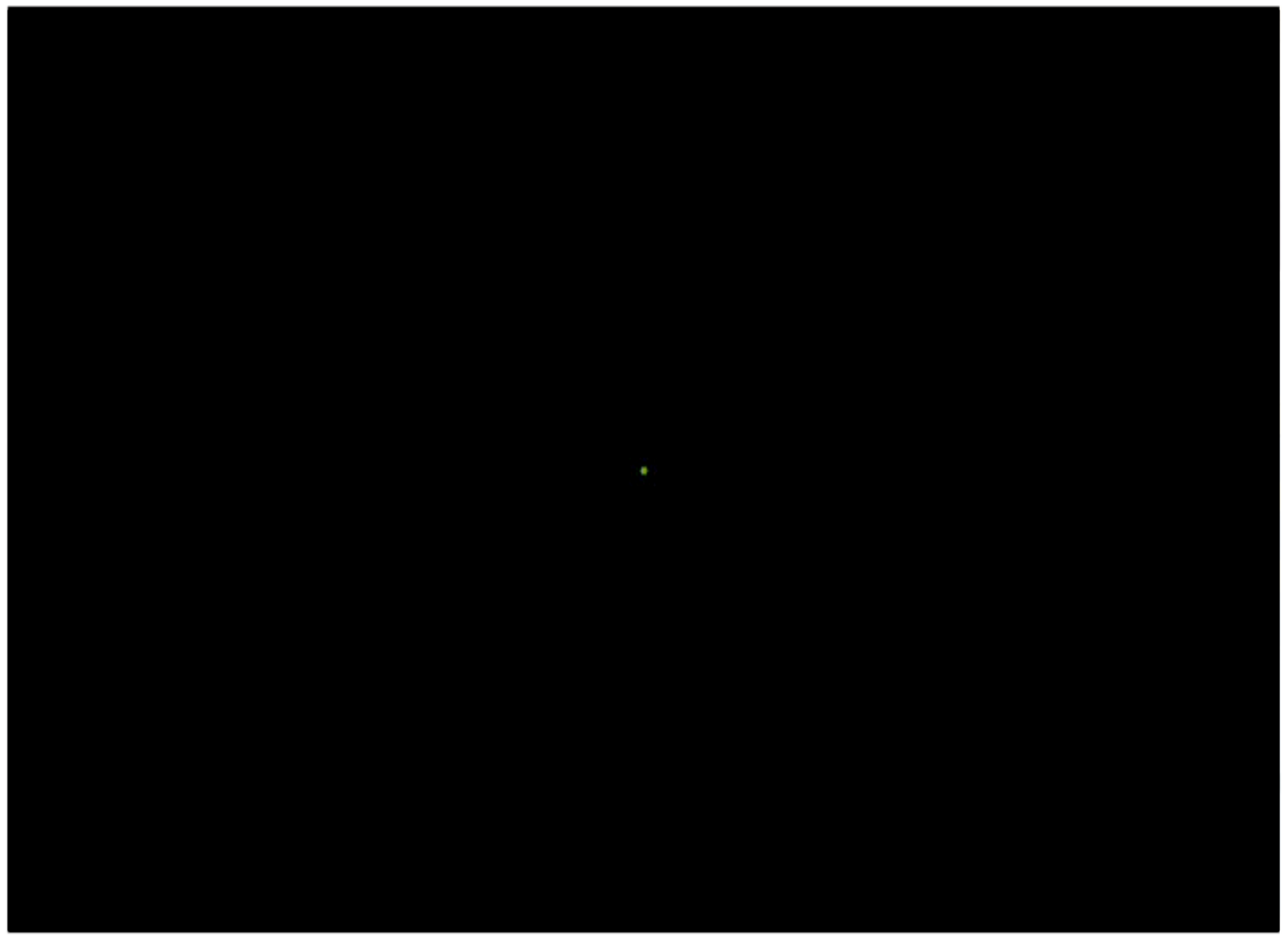
**„I żyli razem jakiś czas...”
Rozwód to nie jest
szczęśliwe zakończenie.
Przemyśl to!**

**tata
ma
ma** FUNDACJA
MAMY
I TATY

www.rozwodprzemyslto.pl

CSOWIANKA

Kreacja: Spot telewizyjny „Bajka”



ś czas.
e jest
nczeni
to!

CJA

slto.pl

PR i media społecznościowe



kilkadziesiąt wywiadów, audycji, programów i artykułów w telewizji, radio, prasie i na portalach informacyjnych,

ponad 1500 nowych fanów, 1,5 tys. opinii i 0,5 mln wyświetleń profilu Fundacji na Facebooku,

ponad 3,5 mln odsłon strony rozwodprzemyslto.pl oraz mamaitata.org.pl.

Przemysł to!

tata ma ma
FUNDACJA
MAMY
I TATY
www.rozwodprzemyslto.pl

PR, media, partnerzy.



PODSUMOWANIE KAMPANII „ROZWÓD? PRZEMYŚL TO”

piątek, 25 listopada 2011

ZASIEG



NADAWCA	DZIENNICIE	OKRES	RAZEM
TVN	1	1-10, 25-31.07, 8-14, 22-28.08, 19-26.09, 17-23.10	45
TVN STYLE	3	1-10, 25-31.07, 8-14, 22-28.08, 19-26.09, 17-23.10	135
TVN TURBO	3	1-10, 25-31.07, 8-14, 22-28.08, 19-26.09, 17-23.10	135
TVN METEO	3	1-10, 25-31.07, 8-14, 22-28.08, 19-26.09, 17-23.10	135
TVN SIEDEM	3	1-10, 25-31.07, 8-14, 22-28.08, 19-26.09, 17-23.10	135
WEDDINGTV	1	1-31.08	31
TVP1		21-29.09	15
TVP2		21.09-12.10	8
TVP INFO		21.09-9.10	33
TOK FM	4	16.07-31.08	200
ZŁOTE PRZEBOJE	4	16.07-31.08	200
ROXY FM	4	16.07-31.08	200
RAZEM			1272
3 SPACE ¹	6960	1.07-30.09	950152
AMS ²	672	01.11-31.12	672

¹145 ekranów w klubach fitness i pubach w całej Polsce, 4 emisje na godzinę, średnio, siedem dni w tygodniu.

² 300 billboardów oraz 372 citilighty w ponad 80 miastach całej Polski

MEDIA



MEDIUM	DATA	OPIS
wPolityce	30.06	informacja o kampanii
FronDa	30.06, 14.07, 23.08	artykuły o kampanii
POLSKA	06.07	krytyczny artykuł o kampanii
eKAI	10.07	wiadomość agencyjna
CZWÓRKA PB	11.07	wywiad+artykuł na portalu radiobajka
radiobajka	22.07	audycja o rozwodach
NEXT TV	23.07	program o rozwodach
Radio Warszawa	29.07	wywiad
Polsat	5.08	wywiad
Idziemy	15.08	wywiad
eM Radio	24.08	wywiad
NIE	26.08	pamflet obyczajowy
Radio dla Ciebie	29.08	audycja o rozwodach
Rzeczpospolita	30.08	wzmianka o kampanii
Dzień Dobry TVN	14.09	program o kampanii
WirtualnaPolska	19.09	informacja o emisji w TVP
Gość Niedzielny	20.09	informacja o emisji w TVP
Rzeczpospolita	20.09	felieton o emisji w TVP
PAP	20.09	depesza o emisji w TVP
Wprost	20.09	informacja o emisji w TVP
Kultura Liberalna	27.09	krytyczny artykuł o kampanii
Gość Niedzielny	10.10	wzmianka o kampanii
Uważam Rze	23.10	informacja o kampanii
TVS	2.11	informacja o kampanii
Dziennik Zachodni	2.11	artykuły o kampanii
eM Radio	8.11	audycja o kampanii
Radio Wnet	26.11	audycja o rozwodach

STATYSTYKI STRON



STRONA	OKRES	LICZBA WYŚWIETLEŃ
YouTube	29.06-25.11	34544
Facebook	29.06-25.11	441801
mamaitata.org.pl, rozwodprzemyslo.pl	29.06-25.11	3000311
RAZEM		3476656

SPONSORZY I PARTNERZY



RZECZNIK PRAW DZIECKA

SPONSOR/PARTNER

Bartek
Cisowianka
Granna
PricewaterhouseCoopers
Telescope
Newtonmedia
Rzecznik Praw Dziecka

Wartość bezpłatnych reklam



Spoty w telewizji - 1.300.000 złotych

Spoty radiowe - 865.000 złotych

Outdoor - 640.000 złotych

Razem - 2.805.000 złotych
(szacunek wg. uśrednionych kosztów cennikowych bez VAT)

Działania dodatkowe



Raport o skutkach rozwodów w Polsce i na świecie.

Dziesięć poradnikowych stron internetowych przekierowujących ruch z wyszukiwarki Google na stronę kampanii.

Prace nad inicjatywą ustawodawczą w sprawie ograniczenia zjawiska rosnącej liczby rozwodów.

Przemysł to!

tata ma ma FUNDACJA MAMY I TATY
www.rozwodprzemyslto.pl

Rezultaty kampanii



Znajomość kampanii

- **niemal co czwarty Polak (22%), deklaruje, że zetknął się z kampanią informacyjną Fundacji Mamy i Taty,**
- **ponad połowa z nich wskazuje na telewizję (14%).**

Zmiana opinii na temat rozwodu

- **z 68% do 78% wzrosła liczba osób deklarujących świadomość negatywnego wpływu rozvodu na stan zdrowia dziecka.**
- **z 67% do 73% wzrosła liczba osób uważających, że obecnie ludzie zbyt pochopnie podejmują decyzję o rozwodzie.**

Zmiana opinii na temat małżeństwa

- **W porównaniu z pierwszą falą badania (styczeń 2011) nie zanotowano statystycznie istotnych zmian jeśli chodzi o opinię dotyczące małżeństwa.**

Ocena kampanii



Jak ogólnie ocenia Pan(i) kampanię?

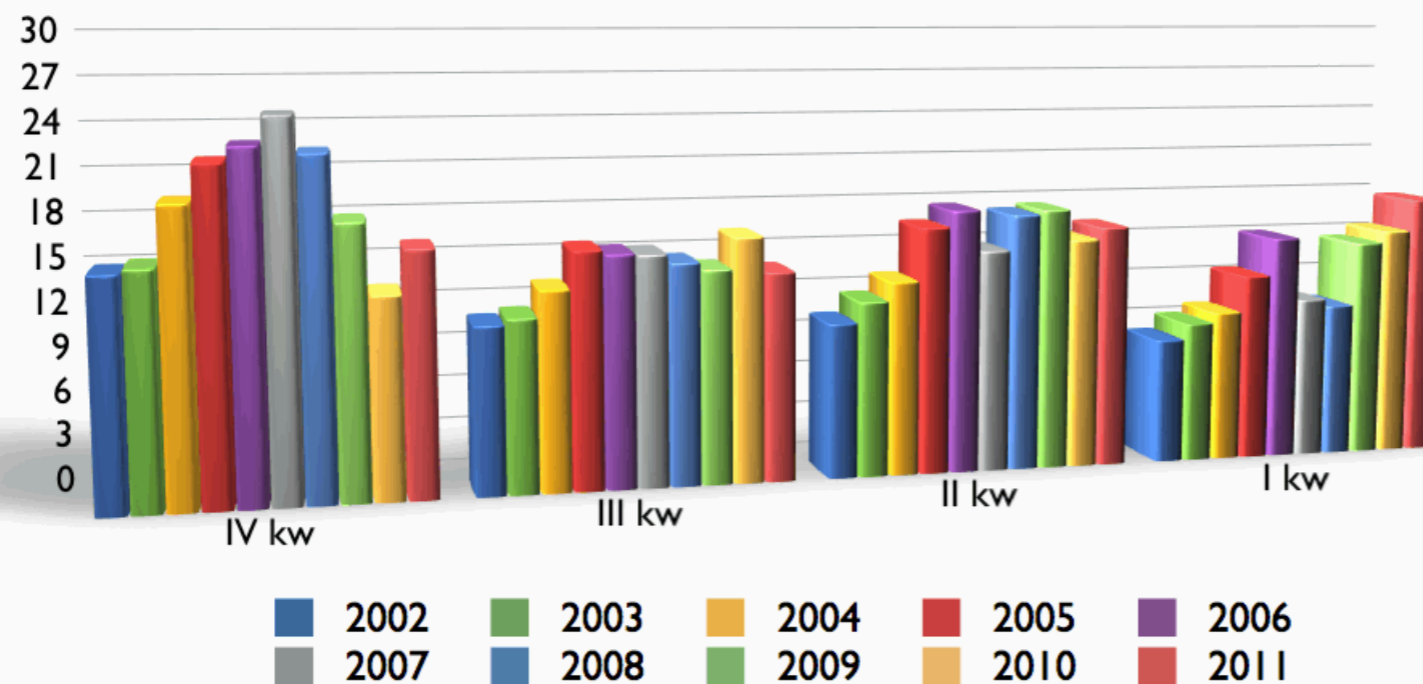
- **ponad połowa (51%) osób, które się z nią zetknęły ocenia pozytywnie lub bardzo pozytywnie,**
- **22% stwierdza, że „ani im się podobała ani nie podobała”,**
- **tylko 13% procent wyraża ocenę negatywną lub bardzo negatywną,**
- **14% nie ma zdania w tej sprawie.**

Przemysł to!

tata ma ma FUNDACJA MAMY I TATY
www.rozwodprzemyslto.pl

Rozwody 2011

Liczba rozwodów w poszczególnych kwartałach roku w latach 2002-2011 w tys.



Liczba rozwodów

- liczba rozwodów w III kwartale 2011 roku spadła do poziomu 14,1 tys. - najniższego od 2004 roku.
- liczba rozwodów w IV kwartale wynosiła 16,3 tys. i kształtowała się na poziomie zbliżonym do roku 2003.

www.mamaitata.org.pl

biuro@mamaitata.org.pl


tel. +48519366644

ul. Długa 23/25, 00-238 Warszawa

KRS 0000356995

KRS 0000329992

ul. Długa 23/25, 00-238 Warszawa



I żyli razem jakiś czas
Rozwód to nie jest
szczęśliwe zakończenie
Przemysł to!

tata
ma
ma FUNDACJA
MAMY
I TATY

www.rozwodprzemyslto.pl