



**Werdykt jury konkursu „Sukces z PoDATKU”,
Konkurs na najlepszą kampanię i działania promocyjne
związane z odpisem 1% PDOF**

Warszawa, dn. 07.12.2005r.

Jury w składzie:

- 1 Sławomir **Nowotny**, przewodniczący jury, Przewodniczący Zespołu Ekspertów Ds. Badań Społecznych przy Prezesie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
2. Marta **Łazarowicz** - Dyrektor Fundacji PZU;
3. Piotr **Czarnowski** - Prezes First PR;
4. Przemysław **Zaroń** – Specjalista ds. Public Relations Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.
5. Paweł **Prochenko**, prezes Fundacji Komunikacji Społecznej
6. Małgorzata **Baranowska**, reprezentująca Pawła **Łukasiaka**, prezesa Akademii Rozwoju Filantropii;

przyznało jedną Nagrodę Główną i jedno wyróżnienie w kategorii „działania promocyjne i kampanie ogólnopolskie” oraz jedną Nagrodę Główną i trzy wyróżnienia w kategorii „działania promocyjne i kampanie lokalne”.

Za **najlepszą kampanię promocyjną na poziomie ogólnopolskim**, zachęcającą do dokonywania odpisu jednego procenta od podatku od osób fizycznych (PDOF), jury uznało kampanię

„Zróbmy to wspólnie!”,

przygotowaną przez

Stowarzyszenie „Amazonki” Warszawa-Centrum

Zdaniem jury, kampania przygotowana przez Stowarzyszenie zasługuje na główną nagrodę ponieważ:

- koncepcja kampanii jest przejrzysta i konsekwentna,
- oparta na bardzo cennej i zdaniem jury, efektywnej strategii dotarcia do potencjalnych darczyńców; komunikat kampanii dotarł nie tylko bezpośrednio ze Stowarzyszenia, ale także poprzez przekazywanie informacji o kampanii przez

osoby, które były, bądź są zaangażowane w jego działania. Stowarzyszeniu udało się dotrzeć z kampanią do dobrze określonej grupy potencjalnych darczyńców,

- jest bardzo efektywna: z każdej złotówki, wydanej na promocję, udało się uzyskać 52 PLN, a jej koszt w przeliczeniu na jednego wpłacającego wyniósł 3,20 PLN.
- hasła kampanii są czytelne i przekonujące
- kampania podaje praktyczne wskazówki, jak dokonać wpisu w sposób czytelny i prosty,

Wyróżnienie w kategorii kampanii ogólnopolskich otrzymuje

kampania jednego procentu przygotowana przez

Fundację Azylu pod Psim Aniołem.

Zdaniem jury, w działaniu Fundacji warte wyróżnienia są przede wszystkim:

- wyjątkowa (najwyższa w konkursie) efektywność kampanii i imponująca suma uzyskanych wpłat w stosunku do wielkości organizacji, jej budżetu, a także nakładów na kampanię. Efektywność kampanii wyniosła: 160 złotych z każdej wydanej na nią złotówki;
- doskonałe wykorzystanie kanałów komunikacyjnych, szczególnie internetu, do komunikowania się z potencjalnymi i obecnymi darczyńcami – potencjalni darczyńcy mogli łatwo przekonać się, na co zostaną przeznaczone ich ewentualne wpłaty;
- mobilizacja i aktywność organizacji w pozyskiwaniu kolejnych darczyńców.

Jury, w kategorii lokalnych działań promocyjnych, przyznało główną nagrodę:

Stowarzyszeniu „Itaka - Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych”

za kampanię

„Podaruj 1 procent swojego podatku na poszukiwania zaginionych”

W opinii członków jury, kampania „Itaki” to przede wszystkim bardzo dobra, kompleksowa i dopracowana strategia komunikacji, nastawiona na dobrze określonego odbiorcę – potencjalnego darczyńcę. Szczególnie warte podkreślenia jest wykorzystanie bardzo wielu kanałów komunikacyjnych, w tym – oparcie o komunikację wewnętrzną w firmach.

Kampania była efektywna – zarówno koszt dotarcia, jak i skuteczność dotarcia są bardzo dobre, a Stowarzyszenie przedstawiło bardzo klarownie we wniosku, iż poniesione koszty na kampanię wynikały wprost z przyjętej strategii i nie były przypadkowe. Warte podkreślenia jest także hasło kampanii, które niesie w sobie pozytywny przekaz, i wskazuje cel społeczny, który przyświeca kampanii.

Jury przyznało także **trzy wyróżnienia w kategorii działań lokalnych:**

1. Towarzystwu Śpiewaczemu „Lutnia” im. Jana Orszulika w Strumieniu, które przygotowało kampanię **„Pomniejsz swój podatek wspomagając naszą organizację”**. Kampania Towarzystwa wyróżnia się zarówno efektywnością (najniższe koszty dotarcia), umiejętnością wyjątkowo dobrego wykorzystania

ograniczonych zasobów, dzięki pomysłom „marketingowym” (umieszczenie reklamy 1% na płycie, wydanej dzięki dotacji Starostwa w Cieszynie), jak i za koncepcję komunikacji oraz przesłanie kampanii. „Lutnia” pokazała potencjalnym darczyńcom, a szczególnie – mieszkańcom niewielkiej gminy, w której działa, a którzy doskonale znają organizację, jak ją wspierać bez ponoszenia dodatkowych kosztów.

2. Fundacji „Sokólski Fundusz Lokalny” w Sokółce, za kampanię „**Lokalna Kampania Informacyjna**”, w uznaniu przemyślanej strategii komunikacji i przeprowadzenia kampanii, także wewnątrz organizacji, która wykorzystywała istniejące relacje we wspólnocie, w której działa.

3. Fundacji „Wiatrak”, za kampanię „1% a kręci ... Wiatrak”, przygotowaną bardzo profesjonalnie i konsekwentnie. Fundacja wykorzystywała bardzo wiele kanałów komunikacji, niektóre bardzo ciekawe, jak ulotki umieszczane w opakowaniach z chlebem czy reklamy na biletach komunikacji miejskiej) oraz doskonale współpracowała z mediami. Kampania Fundacji jest zdecydowanie najbliższa działaniu reklamowemu, co zdaniem jury jest i zaletą (używanie nowoczesnego przekazu), i wadą – pamięć reklamy jest krótkotrwała.

Do konkursu „Sukces z PoDATKU” zostały zgłoszone następujące kampanie:

1. Fundacja „Sokólski Fundusz Lokalny” w Sokółce
„Lokalna Kampania Informacyjna”
2. Stowarzyszenie „Nasza Mała Ojczyzna” Nowej Sarzynie
„Masz prawo wyręczyć Ministra Finansów”
3. Klub Wysokogórski – Kraków
„Zdecyduj na co przeznaczysz swój podatek”
4. Krośnieńskie Stowarzyszenie POmocy Dzieciom Młodzieży
„I Ty możesz pomóc”
5. Stowarzyszenie „Polaris”
Ogólnopolska akcja „1% na astronomię”
6. Towarzystwo Śpiewacze „Lutnia” im. Jana Orszulika w Strumieniu
„Pomniejsz swój podatek wspomagając naszą organizację”
7. Stowarzyszenie „Amazonki” Warszawa-Centrum
„Zróbmy to wspólnie”
8. Fundacja „Wiatrak”

„1% a kręci ... Wiatrak”

9. Caritas Polska

„Sam decyduj na co idą Twoje Podatki”

10. Międzyszkolny Klub Sportowy IKAR MIELEC

„1% dla Ikarka”

11. AIESEC Polska

Kampania jednego procenta

12. Itaka - Centrum Poszukiwań Ludzi Zaginionych

„Podaruj 1 procent swojego podatku na poszukiwania zaginionych”

13. Fundacja Azylu pod Psim Aniołem

Kampania 1 procenta

14. JEDEN ŚWIAT Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży Specjalnej Troski w Białymstoku

Kampania „Kto dostanie 1% Twojego podatku? Fiskus czy dzieci?”

Wybór należy do Ciebie”