

SPOŁECZNA KAMPANIA PROFREKWENCYJNA



**Konferencja prasowa Koalicji 7czerwca
29 października 2009 r.**

Inicjatorzy Koalicji 7czerwca



Leśnodorski Ślusarek

i wspólnicy



Projekt został zrealizowany przy wsparciu udzielonym przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych.

REALIZACJA KAMPANII

- Rywalizacja gmin o **tytuł** „Pępek Europy”
- **Strona internetowa** www.7czerwca.org.pl
- **Kalkulator frekwencyjny**
- **Spoty radiowe i telewizyjne**, reklamy prasowe i billboardy
- **Działania lokalne** inicjowane przez organizacje, które przystąpiły do Koalicji 7 czerwca
- Akcja „**Młodzi głosują 2009**” oraz **prawybory na uczelniach** wyższych
- Narzędzie internetowe „**Latarnik Wyborczy**”
- Apel o pomoc **osobom niepełnosprawnym** w głosowaniu
- Kampania „Pępek Europy” w mediach
- **Media** o kampanii „Pępek Europy

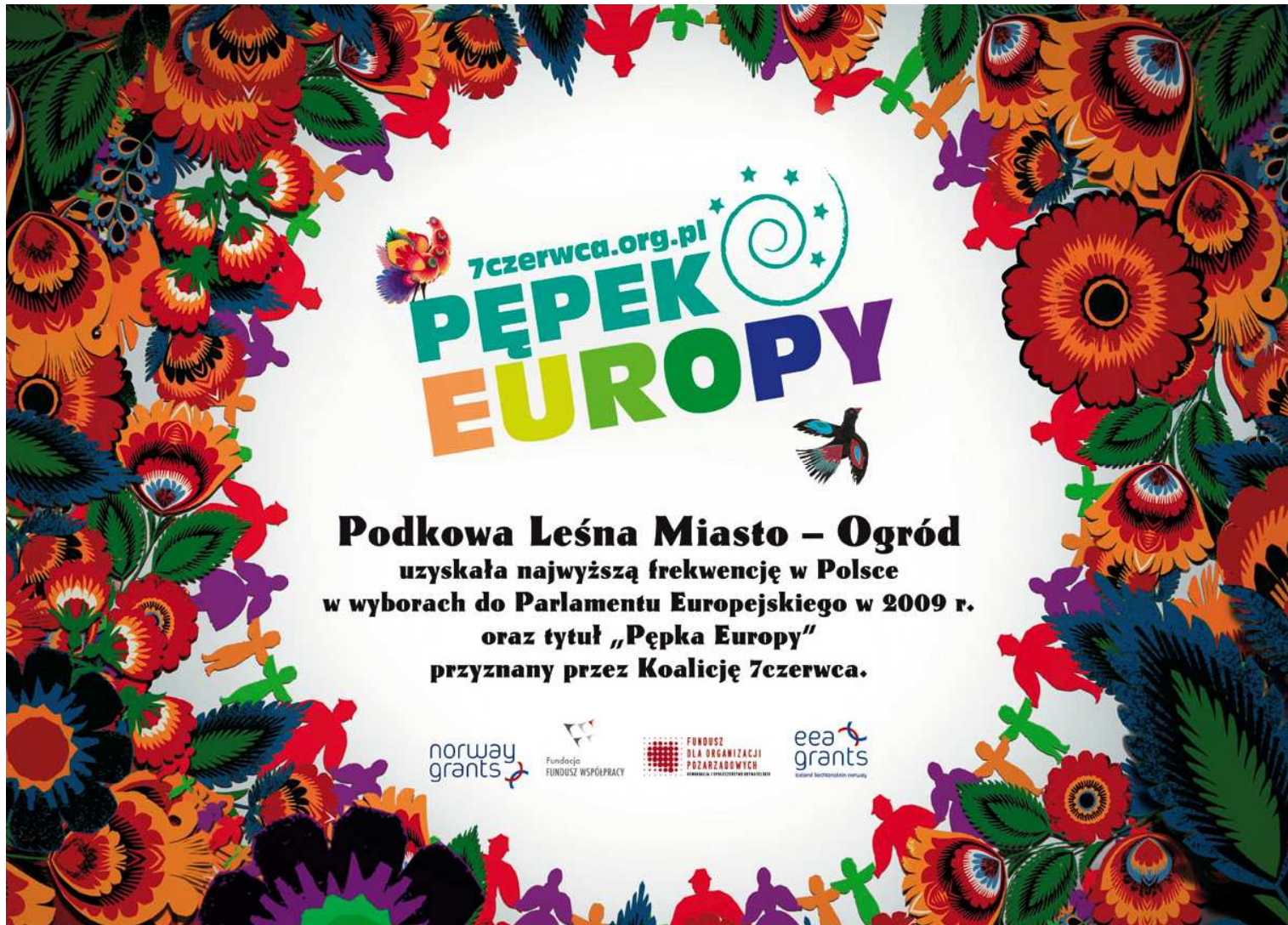


Frekwencja wyborcza

Frekwencja wyborcza wyniosła **24,53%**
czyli była wyższa o **3,66 punkty**
procentowe od frekwencji z 2004 r., która
wyniosła **20,87%**







Tytuł „Pępka Europy” otrzymała Podkowa Leśna (frekwencja - 50,86%)



7czerwca.org.pl
**PĘPEK
EUROPY**

Podkowa Leśna Miasto – Ogród
uzyskała najwyższą frekwencję w Polsce
w wyborach do Parlamentu Europejskiego w 2009 r.
oraz tytuł „Pępka Europy”
przyznany przez Koalicję 7czerwca.

www.7czerwca.org.pl

Pepek europy - 7 CZERWCA - Mozilla Firefox

Plik Edycja Widok Historia Zakładki Narzędzia Pomoc

http://www.7czerwca.org.pl

home.pl FOR FOR FOR Bull Design: System z... GoldenLine.pl Media, Reklama, Inte... Tekst i sieć - Google T... LING.pl - słownik onlin...

home.pl : Poczta : Poczta home.pl : Poczta : Poczta Pepek europy - 7 CZERWCA

Do WYBORÓW POZOSTAŁO:
0 dni i 0 godzin

7czerwca.org.pl
**PEPEK
EUROPY**

KOALICJA
NA RZECZ GROMADNEGO
UDZIAŁU W EUROWYBORACH



**GDZIE DZIŚ JEST
PEPEK EUROPY?**
7 czerwca wybieramy posłów do Parlamentu Europejskiego. Gmina, w której będzie największa frekwencja wyborcza w Polsce, otrzyma tytuł PEPEKA EUROPY. A do czasu wyborów bawimy się w przeciąganie Pepeka po mapie.

Przesuń

Im więcej osób z Twojej gminy zadeklaruje, że pójdzie na Eurowybory, tym większa szansa, że Pepek na mapie znajdzie się tam, gdzie mieszkasz.

**TAK, PÓJDĘ
NA EUROWYBORY**

podaj swój e-mail

wybierz województwo

---wybierz gminę---

ZAREJESTRUJ

Przesyłanie danych z www.7czerwca.org.pl...

Start Pepek europy - ... Pobieranie plików 2 Eksplorator Wi... Microsoft PowerPoi... 2 Microsoft Offic... 20:57

Gadżety



Billboardy (ponad 200 w całej Polsce)

**POKAŻMY
EUROPIE,
ŻE MAMY
SWÓJ PEPEK**

**PEPEK
EUROPY**

Projekt został zrealizowany przy wsparciu udzielonym przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych

norway grants
Fundacja FUNDUSZ WSPÓŁPRACY

7CZERWCA.ORG.PL

FUNDUSZ DLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH
Instytut Rozwoju i Współpracy Społecznej

eea grants
Europejski Fundusz Współpracy

Reklamy prasowe



POKAŻMY EUROPIE, ŻE MAMY SWÓJ PĘPEK

Wkrótce eurowybory. Gmina z najwyższą frekwencją wyborczą do europarlamentu otrzyma tytuł PĘPKA EUROPY.

Na stronie 7czerwca.org.pl dowiesz się:

- gdzie znajduje się obecnie Pępek Europy?
- co zrobić, żeby jutro i po wyborach Pępek Europy znalazł się w Twojej gminie.

Znajdziesz tam również sporo informacji o Parlamencie Europejskim i eurowyborach.

**PEPEK
EUROPY**

Projekt został zrealizowany przy wsparciu udzielonym przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Norweskiego Mechanizmu Finansowego oraz budżetu Rzeczypospolitej Polskiej w ramach Funduszu dla Organizacji Pozarządowych

norway grants Fundacja FUNDUSZ WSPÓŁPRACY **7CZERWCA.ORG.PL** FUNDUSZ DLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH eea grants

www.latarnikwyborczy.pl

- Przed wyborami stronę odwiedziło **pół miliona osób**
- **100 tys.** osób wypełniło cały kwestionariusz



Akcja „Młodzi głosują 2009”

- W akcji „Młodzi głosują 2009” koordynowanej przez **Centrum Edukacji Obywatelskiej** zaangażowało się **1475 szkół**
- W prawyborach uczniowskich udział wzięło **200 tys.** osób, a frekwencja wyborcza wyniosła aż **58,78%**



Prawybory na uczelniach wyższych

- Prawybory na uczelniach wyższych były koordynowane przez **Stowarzyszenie Projekt: Polska**
- Odbyły się na **47 uczelniach wyższych** w całej Polsce



Zasięg kampanii medialnej

- Kampania medialna dotarła do **52% odbiorców z grupy docelowej**, którzy zetknęli się z kampanią średnio **4 razy**
- Kampania medialna dotarła do **64% odbiorców w całej populacji**, którzy zetknęli się z nią średnio **6 razy**



Koszt kampanii w mediach

- Gdyby kampania w mediach nie była realizowana bezpłatnie, to jej całkowity koszt brutto wyniósłby **4 006 612 zł**
- * Według szacunków MediaCom, wyliczonych na podstawie danych własnych, Expert Monitor i AGB



Na kwotę **4 006 612 zł** złożył się koszt kampanii zrealizowanej między 4 maja a 7 czerwca 2009 r. w:

- telewizji – **2 170 153 zł**
- radiu – **182 839 zł**
- prasie – **845 852 zł**
- Internecie – **237 827 zł**
- w telewizji i radiu sieci hipermarketów Carrefour – **149 733 zł**
- kinach Cinema City – **277 956 zł**
- na billboardach – **142 252 zł**



Kampania w liczbach



- **15** inicjatorów kampanii
- **1475** szkół uczestniczyło w akcji „Młodzi głosują”
- **47** uczelni wyższych zorganizowało prawybory
- **80** artykułów prasowych
- **200** – na tylu stronach internetowych obecne było logo „Pępka”
- **300** organizacji przyłączyło się do akcji
- **560 000 zł** – kwota przeznaczona na realizację kampanii
- **4 006 612 zł** – szacunkowa wartość kampanii medialnej

Raport
z przebiegu
kampanii
i
rekomendacje
na przyszłość

