

# DZIECKO W SIECI/SIECIAKI

- **Nazwa/tytuł kampanii:** „Dziecko w sieci” i „Sieciaki”
- **Zamawiający:** Fundacja Dzieci Niczyje oraz NASK
- **Agencja:** McCann Erickson Polska
- **Studio filmowe:** Dynamo
- **Cel kampanii:** dorośli – zwrócenie ich uwagi na niebezpieczne treści (pornografia, sceny drastyczne, ksenofobia, rasizm), na które mogą natknąć się dzieci podczas samotnego korzystania z Internetu („Internet to okno na świat. Cały świat”); dzieci – przypomnienie im, aby zachowywały szczególną uwagę podczas kontaktów online („Na niebezpieczne pytania udzielaj bezpiecznych odpowiedzi”)
- **Zasięg kampanii:** ogólnopolski
- **Czas trwania:** styczeń–grudzień 2006
- **Użyte media:** Internet, prasa, radio, outdoor
- **Uzyskane nagrody:** Złote Orły 2006 – wyróżnienie, Klub Twórców Reklamy 2007 – shortlist, Golden Drum 2007 – złoto
- **Adres www kampanii:** [www.dzieckowsieci.pl](http://www.dzieckowsieci.pl)  
[www.sieciaki.pl/index.html?action=mp](http://www.sieciaki.pl/index.html?action=mp)
- **Adres www organizatora:** [www.fdn.pl/index](http://www.fdn.pl/index), [www.nask.pl](http://www.nask.pl)



McCann Erickson Polska



McCann Erickson Polska

# DAJ PRZYKŁAD – NIE DAWAJ I NIE BIERZ ŁAPÓWEK

- **Nazwa/tytuł kampanii:** „Daj przykład – nie dawaj i nie bierz łapówek”
- **Zamawiający:** Stowarzyszenie Normalne Państwo
- **Agencja:** PZL
- **Studio filmowe:** Platige Image
- **Cel kampanii:** pokazać, że osób, które są uczciwe i chcą żyć w uczciwym państwie, jest więcej
- **Zasięg kampanii:** ogólnopolski
- **Czas trwania:** styczeń–luty 2006
- **Użyte media:** prasa, telewizja, radio, citylighty, nalepki, plakaty
- **Adres www kampanii:** [www.niedajelapowek.pl](http://www.niedajelapowek.pl)
- **Adres www organizatora:** [www.normalne.pl](http://www.normalne.pl)



PZL



PZL



PZL

# WYROK

- **Nazwa/tytuł kampanii:** „Wyrok”
- **Zamawiający:** Fundacja Urszuli Jaworskiej
- **Agencja:** TBWA Warszawa
- **Studio filmowe:** Film Republic
- **Cel kampanii:** zbiórka pieniędzy na badania dawców szpiku
- **Zasięg kampanii:** ogólnopolski
- **Czas trwania:** styczeń–marzec 2006
- **Użyte media:** telewizja, kino, outdoor, POS
- **Adres www organizatora:** [www.fundacjauj.pl](http://www.fundacjauj.pl)



TBWA Warszawa



TBWA Warszawa



TBWA Warszawa