



Kampania społeczna

ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU

RAPORT
Warszawa 2015



SPIS TREŚCI

1. Wstęp.
2. Założenia, cel, grupa docelowa kampanii.
3. Partnerzy kampanii.
4. Patroni kampanii.
5. Formy i miejsca emisji kampanii.
 - 5.1. Kanały komunikacji internetowej.
 - 5.2. Media tradycyjne.
 - 5.3. Media drukowane.
 - 5.4. Media mobilne.
 - 5.5. Pozostałe media internetowe.
6. Podziękowania.
7. Podsumowanie kampanii.



1. WSTĘP

W roku 2015 Fundacja Towarzystwo Weterynaryjne, zajmująca się leczeniem zwierząt, których właścicielami są ludzie ubodzy. W ramach uprawnień organizacji pożytku publicznego, organizowała kampanię społeczną „Zwierzęta cierpią w milczeniu”, mającą na celu zwrócenie uwagi społeczeństwa na problematykę cierpienia i odczuwania bólu u zwierząt.

W ramach kampanii zachęcaliśmy ludzi do przekazywania 1% podatku dochodowego na walkę z bólem i leczeniem zwierząt.

2. ZAŁOŻENIA, CEL, GRUPA DOCELOWA KAMPANII, CZAS TRWANIA

Ból, który towarzyszy każdemu z nas, jest nie tylko ludzkim problemem. Zwierzęta odczuwają ból dokładnie tak samo jak ludzie, jednak nie okazują go w taki sam sposób - nie płaczą, nie krzyczą, nie powiedzą nam co je boli.

Dlaczego tak ciężko dostrzec, że cierpi nasz, często najlepszy przyjaciel? Przeważnie nie wynika to z braku empatii, a raczej z naszej niewiedzy co do symptomów i objawów bólu.

Dlatego tak ważne było powszechne zwrócenie uwagi na problem niewerbalizowania bólu przez zwierzęta, a jednocześnie pokazanie sposobów sygnalizowania bólu przez zwierzęta i nauczenie ludzi właściwego reagowania w takich przypadkach.

Grupą docelową kampanii były osoby wrażliwe na cierpienie zwierząt, właściciele zwierząt oraz te, które w jakikolwiek sposób stykają się ze zwierzętami w swoim otoczeniu zarówno zawodowym jak i prywatnym.

Najliczniejszą grupą odbiorców były osoby w wieku produkcyjnym, aktywne zawodowo.

Czas trwania kampanii: **01 stycznia 2015 -30 czerwca 2015.**

3. PARTNERZY KAMPANII



TELEWIZJA POLSKA

Telewizja Polska w dniach 4-17.05.2015 wyemitowała spot kampanii społecznej w programach: TVP 1, TVP HISTORIA, TVP KULTURA oraz TVP POLONIA.



Miejskie Zakłady Autobusowe wyemitowały 10 sekundowy spot w 328 autobusach, na 1310 monitorach LCD w okresie 1.02-30.04.2015.



Ogólnopolska sieć kin wielosalowych, wyświetliła 10 sekundową reklamę przed sensami filmowymi w terminach 1-7.02.2015 oraz 16-22.03.2015, 1-14.02.2015 oraz 16 – 29.03.2015.



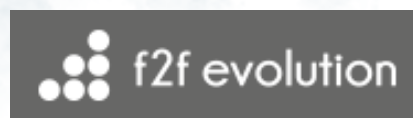
Sieć sklepów z artykułami dla zwierząt udostępniła powierzchnię w 38 sklepach na terenie całej Polski do rozwieszenia 50 plakatów kampanii oraz rozpowszechnienia 150 tysięcy zakładek do książek z informacją o kampanii. Wysłała również 10 newsletterów do internetowego sklepu E-KAKATU (10 tyś. odborców) i TELEKARMA (100 tyś. odborców).



Redakcja pisma miłośników kotów w Polsce udostępniła baner kampanii na swojej stronie internetowej, wsparła kampanię na Facebooku oraz opublikowała artykuł pt: „Ból. Zwierzęta cierpią w milczeniu” w majowym numerze miesięcznika.



Innowacyjna agencja reklamowa, zajmująca się strategią komunikacji, designem oraz nowymi technologiami wspierała nas bardzo aktywnie w kreacji oprawy graficznej oraz uczestniczyła w tworzeniu i obsłudze strony internetowej kampanii.



Oferuje kompleksowe usługi w zakresie komunikacji oraz doradztwa strategicznego. Dzięki współpracy z firmą f2fevolution stworzyliśmy bardzo przydatne narzędzia na stronie internetowej m.in. „Bólometr”.



Portal internetowy obsługujący zakupy grupowe wysłał mailing do bazy 1 mln. odbiorców, mailing dedykowany do 200 tyś. odbiorców oraz umieścił baner w newsletterze w terminie od 04.02- 18.02.2015.



Drukarnia, na potrzeby kampanii wydrukowała 150 tysięcy sztuk zakładek do książek oraz 50 sztuk plakatów B1.



Sieć miejskich serwisów informacyjnych opublikowała dwie reklamy w formacie 3x2 w gazecie dziennej oraz wsparła kampanię w internetowym wydaniu dziennika.



Dom produkcyjny zajmujący się kompleksową realizacją filmowo-telewizyjną oraz PR-em z wykorzystaniem mediów zapewnił profesjonalny sprzęt i kompleksową obsługę przy nagraniu spotu reklamowego na potrzeby kampanii (Youtube, TVP, spot w MZA).



Agencja produkująca filmy i nagrania AV nagrała i zmontowała spot reklamowy kampanii emitowany w TVP, Youtube, MZA.

4. PATRONI KAMPANII



Patron honorowy
Michał Olszański
dziennikarz telewizyjny i radiowy



Maciej Jabłoński
dziennikarz
prezenter TV
lektor



Paweł Deląg
aktor



Wiktor Zborowski
aktor



Jarosław Boberek
aktor



Maciek Musiał
aktor



Aleksandra Niespielak
aktorka



Mietek Szcześniak
piosenkarz



Łukasz Płonka
muzyk, DJ

5. FORMY I MIEJSCA EMISJI KAMPANII

5.1. KANAŁY KOMUNIKACJI INTERNETOWEJ

1. Strona internetowa kampanii <http://cierpiawmilczeniu.org/>

Na stronie internetowej kampanii umieściliśmy m. in. opis i cele kampanii, artykuł czym jest ból, jak objawia się u zwierząt oraz informacje jak go diagnozować.

Stworzyliśmy bardzo przydatne narzędzie o nazwie "Bólometr", które po najechaniu myszką na odpowiednią partię ciała zwierzęcia, pokazuje z jakimi chorobami możemy spotkać się w tym obszarze oraz natężenie bólu.

Bólometr

Tylko 3 kroki:

1. wybieramy myszką punkt/organ ---> 2. następuje schorzenie ---> 3. sprawdzamy poziom bólu

Udostępnij

Natężenie bólu

6

NOS

katar
ciało obce
nowotwór jamy nosowej
grzybicze zapalenie jamy nosowej
ropne zapalenie jamy nosowej
zapalenie lusterka nosowego
choroby autoagresywne
polipy jamy nosowej
urazy

Na stronie internetowej znalazły się również filmy kampanii. Jeden ze spotów był emitowany w Telewizji Polskiej.

Ważnym elementem strony są też Patroni oraz Partnerzy wspierający kampanię.

Strona internetowa spotkała się z bardzo pozytywną reakcją odbiorców.

Odbierana była jako czytelna, przejrzysta oraz przydatna z punktu widzenia rozpoznawania bólu u zwierząt i poruszanego problemu społecznego.

2. Fanpage Fundacja Towarzystwo Weterynaryjne: <https://www.facebook.com/TowarzystwoWeterynaryjne>

Nasz fanpage polubiło **6000** osób. Opublikowaliśmy na nim:

1. Wydarzenie „Zwierzęta cierpią w milczeniu”.
2. Relację ze nagrania spotu reklamowego kampanii.
3. Informacje o partnerach i patronach wspierających kampanię.
4. Fotorelację z uczestnictwa partnerów w kampanii.
5. Filmiki kampanii.
6. Filmik z akcji ratowania małego szczeniaka w Białce Tatrzańskiej (temat bólu, poruszany w kampanii)
7. Informację o stronie internetowej kampanii
8. Relację z audycji nt. bólu u zwierząt w Pierwszym Programie Polskiego Radia
9. Przydatne artykuły nt. bólu zwierząt.

3. Wydarzenie na fanpage'u „Zwierzęta cierpią w milczeniu” <https://www.facebook.com/events/793028090750609/>

W wydarzeniu wzięło udział **1400** odbiorców.

Na wydarzeniu publikowaliśmy:

1. Informacje o partnerach i patronach wspierających kampanię.
2. Fotorelację z uczestnictwa partnerów w kampanii.
3. Podziękowania dla patronów i partnerów kampanii.
4. Filmiki kampanii.
5. Informację o stronie internetowej kampanii.
6. Przydatne artykuły nt. bólu zwierząt.

4. Spoty kampanii „Zwierzęta cierpią w milczeniu”

Filmy reklamowe kampanii: mówiące o niewerbalizacji bólu przez zwierzęta i zwracające uwagę na fakt, że ludzie nie interesują się tym problemem.
Reacja z nagrania audycji nt. bólu u zwierząt i kampanii w Pierwszym Programie Polskiego Radia.

1. Spot reklamowy wyświetlany przez MZA

<https://www.youtube.com/watch?v=8yc8U7wX11Y>

2. Spot reklamowy wyświetlany w Telewizji Polskiej

<https://www.youtube.com/watch?v=pbyldrOOmk>

3. Relacja z nagrania audycji w Pierwszym Programie Polskiego Radia

<https://www.youtube.com/watch?v=dTEwktOFUyE>

4. Film kampanii z lektorem Maciejem Jabłońskim

<https://www.youtube.com/watch?v=FuExGaMq6zQ>

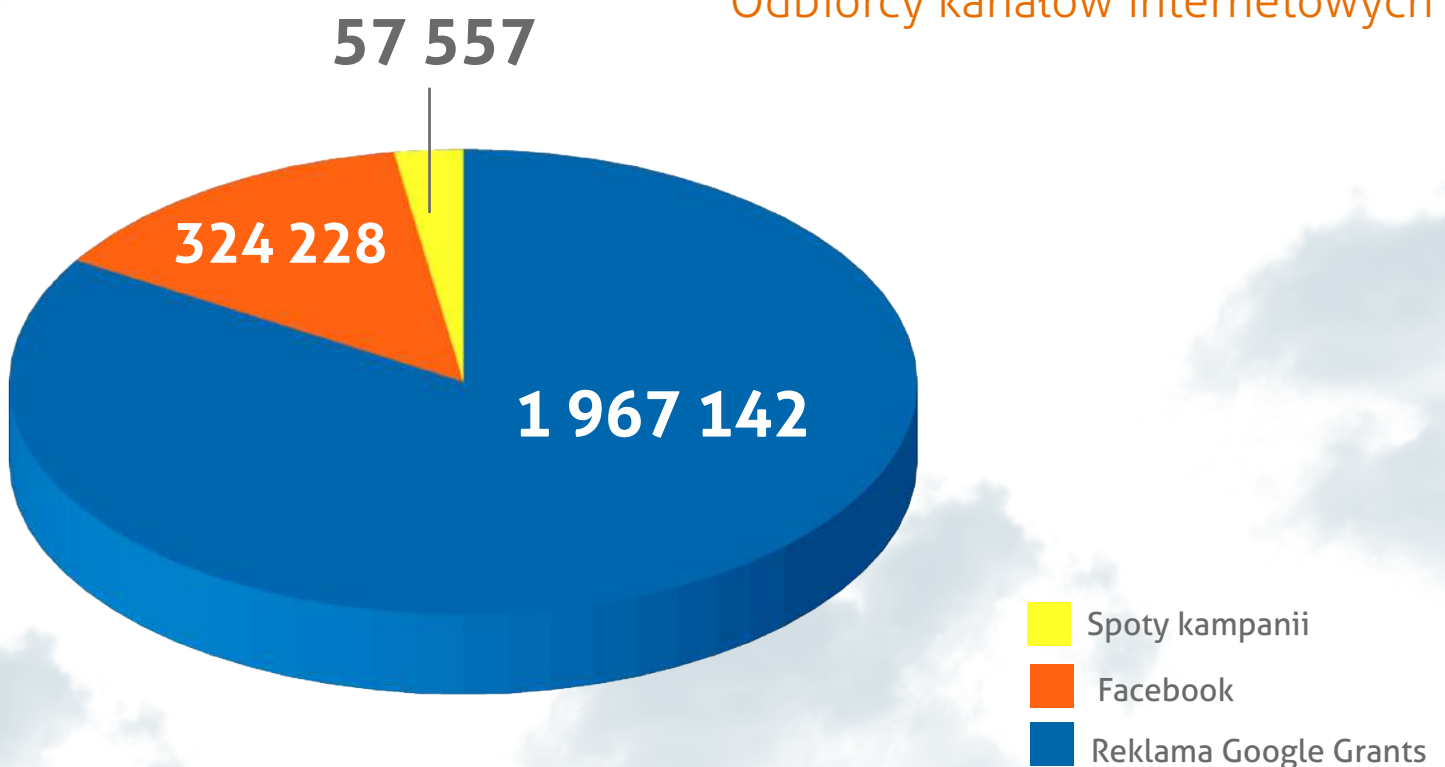


4. Google Grants - reklama kampanii

WARTOŚĆ USŁUGI: **80 278 PLN**

Fundacja Towarzystwo Weterynaryjne została zakwalifikowana do programu Google Grants przeznaczonym dla organizacji pozarządowych. To bezpłatna edycja AdWords - programu do umieszczania reklam w internecie. Przy pomocy AdWords, Google Grants zapewnia promowanie misji, dotarcie do dobroczyńców i ofiarodawców, zrekutowanie nowych wolontariuszy i nie tylko. Dzięki temu nasza kampania dotarła do 1 967 142 liczby odbiorców, a oglądalność naszej strony wzrosła o 300%.

Odbiorcy kanałów internetowych



5. Mailing

WARTOŚĆ USŁUG: **77 774 PLN**

Mailing dedykowany, wysłany do określonej grupy odbiorców oraz mailing wysłany do bazy podmiotów wspierających akcję. Wysyłany również w formie newsletterów.

1. Gruper.pl

Mailing dedykowany (200 tyś. odbiorców) i do bazy Gruper.pl (1 mln. odbiorców). Grupą docelową były głównie kobiety (65%), w wieku 25-50, w dużej większości z miast powyżej 100 tyś. mieszkańców.

Mailing dedykowany

ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU

Przeznacz **1%** podatku

KRS 0000406362
www.cierpiawmilczeniu.org

Pobierz darmowy program
Rozlicz PIT w 5 minut



Partnerzy kampanii: [naszemiasto](#), [gruper](#), [Multikino](#), [mzo](#), [ulotki.net](#), [KAKADU](#), [concepto](#), [4 media](#), [FX Studios](#), [Weterynarz](#), [biuroveterinary.pl](#)

Mailing do bazy Gruper



Austria: 4, 6 albo 8 dni dla 2 osób **2260 zł**
1129 zł [SPRAWDŹ](#)

[SPRAWDŹ wszystkie oferty](#)

ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU
Przeznacz swój **1%** na ich leczenie

KRS 0000406362
www.cierpiawmilczeniu.org

Pobierz darmowy program - Rozlicz PIT w 5 minut



[gruper](#) Znajdź nas na: [Gruperfmobile](#) [Gruperozlotowki](#) [Bezpieczne zakupy](#)

gruper@gruper.pl
+48 222 932 000



2. Mailing i newsletter E- KAKADU i TELEKARMA

10 newsletterów do bazy internetowego sklepu E-KAKADU (10 tyś. odbiorców) i TELEKARMA (100 tyś. odbiorców). Grupą docelową były osoby zainteresowane zwierzętami, właściciele zwierząt, klienci i potencjalni klienci sklepu E- KAKADU i TELEKARMA.



Czy dziecko może szkolić psa?

Przygarniając psa musicie pamiętać, że jest on zwierzęciem stadnym. Żyje w hierarchii i ważne jest, by członkowie rodziny byli na wyższych jej szczeblach. Tylko wtedy czworonóg będzie szanował domowników. Dlatego właśnie powinniście pozwolić swojemu dziecku, by uczestniczyło w szkoleniu pupila.

[Czytaj](#) [Czytaj](#)

ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU POMÓŻ W ICH LECZENIU

Przeznacz **1%** podatku

KRS 0000406362
www.cierpiawmilczeniu.org Kampanię wspiera: **TELEKARMA**

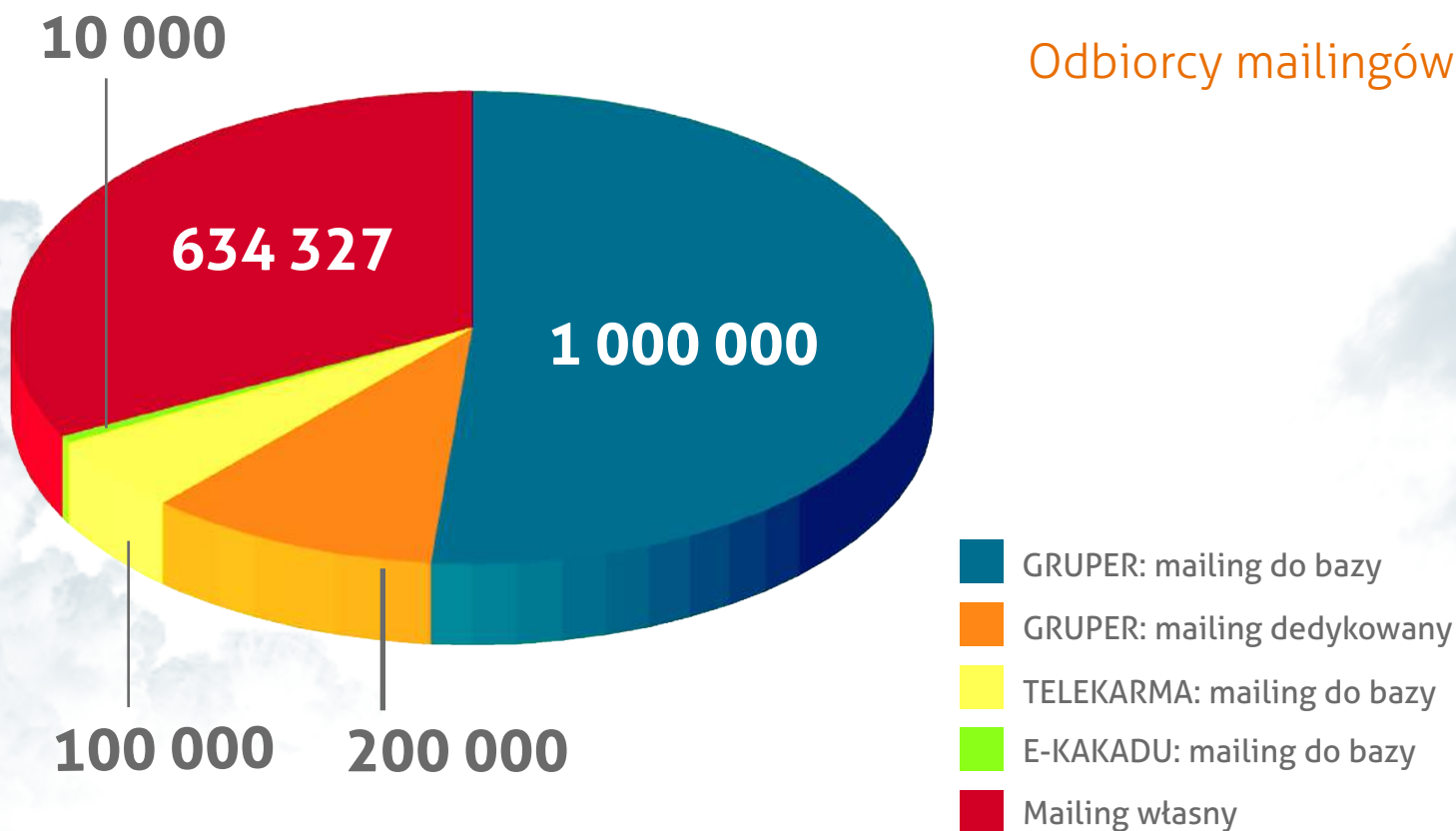


3. Mailing własny

Trzy mailingi wysłane do bazy Fundacja Tworzystwo Weterynaryjne:

1. Wybrane branże - 65 382 odbiorców
2. Cała baza - 550 000 odbiorców
3. Mailing do biur księgowych - 18 999 odbiorców

SUMA mailingu własnego: **634 327** odbiorców



5.2.MEDIA TRADYCYJNE

1. Spot kampanii w Telewizji Polskiej

WARTOŚĆ USŁUGI: **37 380 PLN**

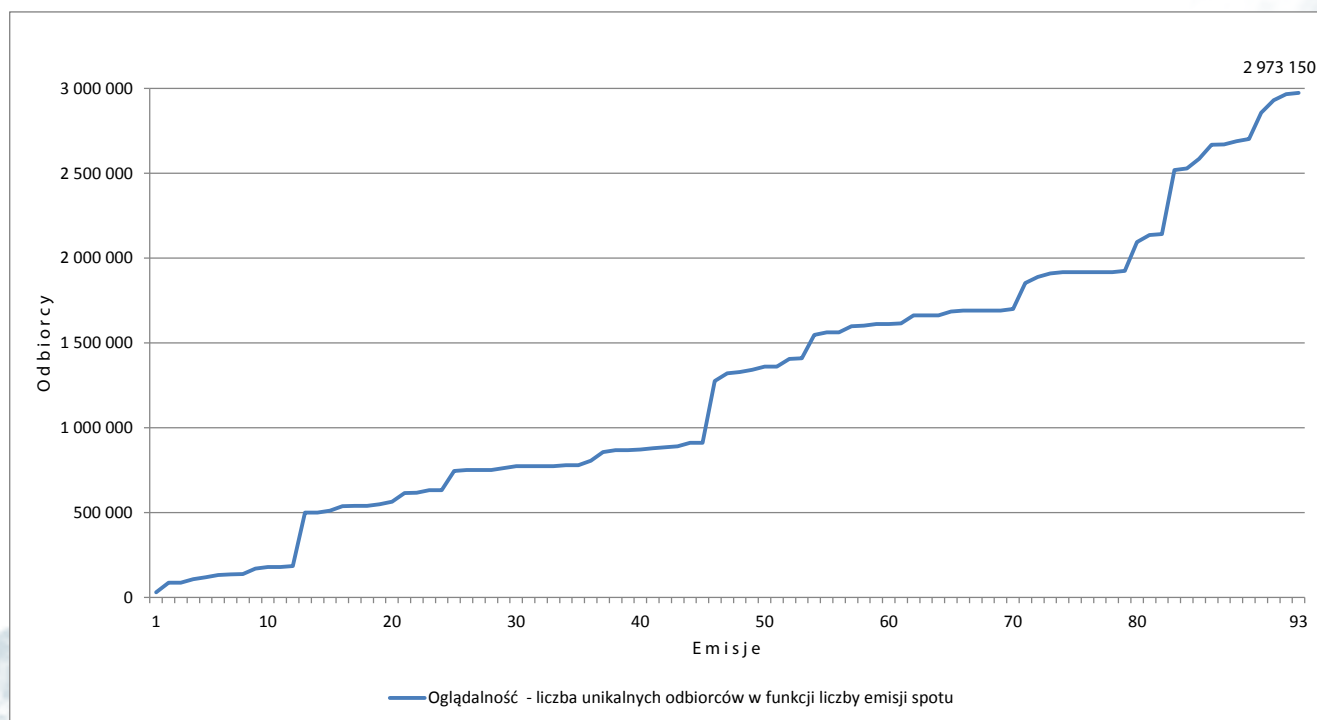
Emitowany w terminie od 4.05-17.05.15.

<https://www.youtube.com/watch?v=pbyldrOOmk>

Spot kampanii trwający 24 sekundy, wyemitowany został w 4 kanałach: TVP 1, TVP HISTORIA, TVP KULTURA oraz TVP POLONIA.

Szczegółowy raport wyświetleń spotu przedstawia załącznik nr 1 do raportu.

Oglądalność spotu w TVP



2. Audycja w Pierwszym Programie Polskiego Radia

<https://www.youtube.com/watch?v=dTEwktOFUyE>

W audycji wystąpiła Prezes Fundacji, lekarz weterynarii Natalia Strokowska, która mówiła o poroblemie bólu u zwierząt, o Fundacji i jej działaniach na rzecz osób, których nie stać na leczenie swoich podopiecznych. Opowiadała o kampanii społecznej, za pomocą której Fundacja komunikowała o tak ważnym problemie społecznym i dzięki, której Fundacja pozyskuje fundusze na leczenie zwierząt m.in. poprzez kampanię 1%. Prezes opowiadała także o przyszłych, edukacyjnych planach Fundacji, dzięki którym będziemy mogli dotrzeć do jeszcze większej liczby odbiorców, partnerów i sponsorów.

5.3. MEDIA DRUKOWANE: WARTOŚĆ USŁUGI: **20 064 PLN**

1. Dziennik „Nasze Miasto”

Baner reklamowy zamieszczony w dzienniku „Nasze Miasto” w terminach: 16.02.15 i 02.03.15.



Artykuł „Zwierzęta cierpią, ale w milczeniu. Pomóż im!” zamieszczony w dzienniku w dniu 30.03.15.

#mój głos

#Ciemna strona aktorstwa

ANNA LIPiNSKA
aktorka



A Ty czym się zajmujesz? - To najgorsze pytanie, jakie może ci zadać aktorowi, który nie pojawia się w telewizji śniadaniowej. Drugie najgorsze pytanie to: A gdzie grasz? Coż, dane mówią same za siebie. W samej Warszawie nie ma stałej pracy około tysiąca aktorów, a co roku szkoły kończy kilkuset. Z czego żyjemy? Niektórzy pracują w mniejszych teatrach, przygotowują własne projekty, są konferansjerami, grają w reklamach. W tym ostatnim przypadku Chełmska (czyli Wytwórnia Filmów Fabularnych) staje się naszą codziennością. To tu przede wszystkim odbywają się castingi doreklam. Na korytarzach celebrytów raczej się nie spotka. Tu stoi się w kolejkach, aby zapła-

cić rachunki. Aktor rozpoczyna dzień od zaplanowania tournée castingowego, czyli w którym studio, o której godzinie trzeba się stawić i wpisać na listę. Dobrze, gdy lista jest. Korytarze na Chełmskiej wiele już widziały. Kto w nich bywa to wie, że są wyjątkowo klaustrofobiczne. Latem można zemdleć, bo aktor wytrzymał na być i klimatyzacji oraz krzesła nie potrzebuje. Bywa i śmiesznie, i strasznie. Raz rozwścieczony rodzic chciał pobić operatora, a ostatnio nie przypadły sobie do gustu dwie panie. Podobno jedna spieszyła się na pociąg i chciała szybciej opuścić kolejkową grupę wsparcia. W ciągu jednego dnia przez ów korytarz może przewinąć się kilkaset osób - nastolatki, babcie, matka, ojcowie, dzieci. Wśród nich aktorzy i od jakiegoś czasu amatorzy. Ci pierwsi nie są bardzo lubią tych drugich. Różny jest czas oczekiwania. Czasem jest to pół godziny, a czasem trzy. W studio również bywa nerwowo. Reżyser też ma przecież swoją wytrzymałość. Czas goni, na korytarzu tłumy, a on musi pięćdziesiąt aktorów tłumaczyć, w jaki sposób jej postać odkrywa, że właśnie ten próbek do prania zmienia jej życie. Izagranie tego w sposób prawdziwy wcale nie jest takie łatwe. Dzięki temu czasem możemy wyjść ze studia dumni. Po czym kilka dni później telefon dzwoni lub nie. Do mnie niedawno zadzwonił i znów mogę stanąć na planie.

Zwierzęta cierpią, ale w milczeniu. Pomóż im!

CHARYTATYWIE

Celem kampanii fundacji Towarzystwo Weterynaryjne jest powszechne zwrócenie uwagi na problem niewerbalizowania bólu przez zwierzęta. Może pomóc każdy.

#Sonja Tulczyńska

●● Zwierzęta odczuwają ból dokładnie tak samo jak ludzie, jednak nie okazują go w taki sam sposób - nie płaczą, nie krzyczą, nie powiedzą nam co je boli. Dlaczego tak ciężko nam dostrzec, że cierpi nasz często najlepszy przyjaciel? Przeważnie nie wynika to z braku empatii, a z naszej niewiedzy.

Fundacja Towarzystwo Weterynaryjne zajmuje się leczeniem zwierząt, których właścicielami są ludzie ubodzy. Aktualnie prowadzi

dzi kampanię społeczną pod hasłem: „Zwierzęta cierpią w milczeniu”, której celem jest powszechne zwrócenie uwagi na cierpiące zwierzęta i pokazanie sposobów. Działanie fundacji ma także w założeniu uświadamianie ludzi, w jaki sposób może im we własnym zakresie pomóc cierpiącemu stworzeniu.

Każdy kto chce wesprzeć Fundację Towarzystwo Weterynaryjne w ratowaniu zwierząt może przekazać 1 procent podatku wpisując w PIT nr KRS 00 00 406362. Darowizną na rzecz fundacji można także wpłacić bezpośrednio na konto: 25 1090 1870 0000 0001 1823 2188.

Na stronie Towarzystwa - www.cierpiawmilczeniu.org znajduje się też darmowy latwy do pobrania program do rozliczania podatku.



Twój nielubki gość może bardzo pomóc

Artykuł w majowym wydaniu magazynu pt. „Ból. Zwierzęta cierpią w milczeniu.”

Wydanie maj 2015. Nakład: 20.000 egzemplarzy.



BÓL ZWIERZĘTA

cierpią w milczeniu

TEKST: LEX. WET. MARTA KORPAK,
TOWARZYSTWO WETERYNARYJNE
ZDJEĆCIE: IWONA NOWICKA, KOT HORS

Ból to według definicji „subiektywnie przykre i negatywne wrażenie zmysłowe i emocjonalne, powstające pod wpływem bodźców uszkadzających tkankę”. Jednak znaczenia tego słowa nie trzeba nikomu tłumaczyć.

Każdy z nas przynajmniej raz w życiu odczuwał mniejszy lub większy ból. Może on towarzyszyć nam każdego dnia, przejawiać się w różnych formach i mieć różne nasilenie. Odczuwamy go, kiedy skrzyżujemy łoskawkę, że postawimy stopy podczas spaceru, przytrząśniemy sobie palec czy zatniemy się przy goleniu.

Człowiek, w przeciwieństwie do zwierząt, przyzwyczajony jest do mówienia o swoich dolegliwościach. Bardzo chętnie skrzyżujemy się na ból głowy czy brzucha. Zazwyczaj najbliższe otoczenie współczuje nam, co w pewnym stopniu działa na nas krępująco. Inaczej jest w świecie zwierząt.

... Dlaczego tak często zapominamy o tym, że poza faktem, że oko naszego pupila nie wygląda, to przede wszystkim go boli? Bo nie chodzi i nie piszczy, nie miuczy?

Funkcjonuje powiedzenie, że zwierzęta cierpią w milczeniu. Jest w tym dużo prawdy, ale czasem nie można oprzeć się wrażeń z ciociówk wymskił ten zwrócić tylko po to, by usprawiedliwić siebie. Dlatego tak łatwo przychodzi nam mówienie o swoim cierpieniu, a tak ciężko nam dostrzec, że cierpi nasz, często najlepszy, przyjaciel? W dużej mierze nie wynika to z braku empatii czy zrozumienia, tylko z wyuczonych nawyków.

Jeśli nasz pies zapiszczy, kiedy złapiemy go za łapkę, nie mamy wątpliwości, że łapa go boli. Podobnie jest, gdy zwierzę zaczyna na przykład kulcie. Natomiast gdy nasz dziesięciomiesięczny pupil ma problem z podniesieniem się po południowej drzemce, często to bagatelizujemy. Widzimy, że podnosi się bardzo ostrożnie i że zajmuje mu to dwa razy więcej czasu niż zwykle, ale kiedy za chwilę podchodzi do nas i znów zaczyna bawić się i biegać, zapominamy, że jeszcze niedawno prawdopodobnie odczuwał ból. Tłumaczymy sobie, że w końcu jest już starszym psem i wydaje nam się, że taka jest naturalna kolej rzeczy. A przecież wcale tak nie musi być.

Kocie Sprawy maj 2015

Tabletka przeciwbólowa, która zawiera paracetamol – jeden z łagodniejszych i bezpieczniejszych leków przeciwbólowych stosowanych u ludzi – może doprowadzić do śmierci kota

Bądźmy uważni

Zwierzęta nie zawsze pokazują nam jednoznacznie, że coś je boli. Gdy na przykład nasz pies zaczyna po prostu dziwnie chodzić (ma wygięty grzbiet i mocno wyprostowane tylne kończyny), idziemy z nim do weterynarza. Taka postawa jest charakterystyczna dla zwierząt odczuwających silny ból w obrębie jamy brzusznej, może to być na przykład stan zapalny trzustki albo prostaty. Gdy nasz kot wyraźnie więcej śpi, nie chce już wskakiwać na fotel i nie goni tak często ulubionej zabawki, myślimy często, że być może zwyczajnie nie ma na to ochoty, że może się na coś obraził lub jest po prostu leniwy. Nie zdajemy sobie sprawy, że kot może mieć problemy ze stawami, że faktycznie nie ma ochoty wskakiwać na fotel, ale dlatego, że podczas tej czynności odczuwa ogromny ból. Nie zdajemy sobie też często sprawy z tego, że ciągłe leżenie z poziomu zdrowej łapy może mieć podłoże bólowe, że jest to tak zwana czynność zastępcza. Przeglądając się więc uważniej zachowaniem naszych pupili. Może zrozumiemy wtedy, że nasz kochany Kajtsek nie pociera swojego czerwonego od dwóch tygodni oczka bez powodu.

Przypadek Bambisio

Bambi, mój pacjent, zachorował na jaskrę, chorobę oczu, w której przebiegi dochodzi do znacznego zwiększenia ciśnienia śródgałkowego, co objawia się ogromnym bólem. Bambi nie pozwalał się głaskać w okolicach głowy i bardzo uporczywie pocierał chore oko. Robił to łapą lub pocierał pyskiem o fotel. Nie chodził i nie popiskiwiał, nie był osowiały, sam próbował zwalczyć swój problem. Opiekunka Bambisia bardzo długo walczyła, żeby uratować jego chore oko. Po pewnym czasie przekonała się jednak, że Bambi przestał być tym samym wesołym zwierzęciem, co wcześniej. Po pewnym czasie wspólnie podjęliśmy decyzję o usunięciu gałki ocznej. Teraz Bambis ma tylko jedno oko, ale jest znów radosny i żywiołowy! Opiekunka Bambisia często słyszy od innych osób, że Bambi jest taki biedny, że ma tylko jedno oczko... Ona jednak natychmiast odpowiada, że biedny to on był, jak był chory. Teraz w końcu znów może być sobą, odkąd ustąpił ból.

Więcej empatii

Zwierzę rzadko pokaże nam w sposób bezpośredni i oczywisty, że odczuwa ból. Jednak jeśli odnajdziemy w sobie odrobinkę empatii, zrozumiemy, że pewne zachowania powinniśmy odpowiednio odczytywać. Wystarczy postawić w danej sytuacji siebie. Prawie każdy z nas miał kiedyś zapalenie spojówek. Obudził się rano z czerwonym okiem, a każde mrugnięcie powieką odczuwał tak, jakby sronował papierem ściernym po rogówce. Dlatego więc zgłaszamy

się do lekarza weterynarii dopiero wtedy, gdy po tygodniu, dwóch, czasem trzech od przemycania oczka świetlikom czy wodą naszemu zwierzakowi nic nie pomaga? Dlaczego tak często zapominamy o tym, że poza faktem, że oko naszego pupila źle wygląda, to przede wszystkim go boli? Bo nie chodzi i nie piszczy lub nie miuczy?

Świad jak swoloty rodzaj bólu

Wielu z nas nie zdaje sobie również sprawy z tego, że nasz móżg odbiera uczucie swędzenia jako swoisty rodzaj bólu. Być może nie tak drastyczny, jak uczucie zranienia czy zmażdżenia, ale na pewno również uciążliwy. Wie to każdy, kogo choć raz porządnie pogryzły komary. Bardzo często zgłaszają się do mnie opiekunowie i mówią, że ich zwierzę się drapie. Postępują wtedy w sposób odpowiedni, bo jest to jak najbardziej słuszny powód, by udać się do weterynarza. Tylko, że najgłębiej ten świąd zaczyna ich niepokoić dość późno. Słyszę wtedy, że podopieczny drapie się od trzech tygodni, czasem od dwóch miesięcy. Często ma już przerzedzoną sierść, a skóra pokryta jest strupami. Czy ktokolwiek wybiera sobie, że jest silnie pogryziony przez komary i to okropne uczucie swędzenia nie opuszcza go ani na chwilę przez tydzień?

Po pierwsze – bezpieczeństwo

Obecnie na rynku dostępny jest cały szereg preparatów mających pomagać w zwalczaniu bólu u zwierząt. Działają one w różny sposób, a producenci przystępują się w tworzeniu coraz bezpieczniejszych preparatów. Mogą one być w postaci: zastrzyków, tabletek, płynów do podawania doustnego, a nawet smacznych tabletek do żucia. Wszystkie te preparaty zostały stworzone po to, by poprawić komfort życia naszym pupilom. Jednak korzystanie z nich powinno odbywać się pod ścisłą kontrolą lekarza weterynarii. Pamiętajmy, że ludzkie leki przeciwbólowe mogą poważnie zaszkodzić naszym zwierzątkom! Mało kto wie o tym, że tabletki przeciwbólowe, która zawiera paracetamol – jeden z łagodniejszych i bezpieczniejszych leków przeciwbólowych stosowanych u ludzi – może doprowadzić do śmierci kota!

Zatem jeśli mamy jakiegokolwiek podejrzenia, że nasz zwierzątko cierpi, nie wahajmy się zgłosić do lekarza weterynarii. W takich sytuacjach zawsze lepiej jest dmuchać na zimne. Nasz pupil na pewno będzie nam za to bardzo wdzięczny.



Kocie Sprawy maj 2015

2. Ulotki. Net

WARTOŚĆ USŁUG: Ulotki.net 6 150 PLN + KAKADU 24 600 PLN

50 sztuk plakatów i 150 tysięcy sztuk zakładek do książek.

Plakaty i ulotki zotały umieszczone w 38 sklepach KAKADU.

Plakat B1

ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU

Pomóż w ich leczeniu 1%

KRS 0000406362



www.cierpiawmilczeniu.org

partnerzy kampanii: KAKADU, mza, gruper, ulotki.net, Multikino, ABI CONSULT, concepto, Towarzystwo Weterynaryjne, FX Studios, 4 małe medycyny

Zakładka do książki



ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU Przekaż swój 1% na ich leczenie

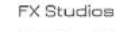


KRS 0000406362

www.cierpiawmilczeniu.org

NIE WYRZUCAJ PODAJ DALEJ

partnerzy kampanii:





4. Słup ogłoszeniowy przy ul. Senatorskiej w Warszawie

Słup w dyspozycji Centrum Komunikacji Społecznej Urzędu m.st. Warszawy.
Dwa plakaty kampanii o wymiarach B1, ekspozycja w terminie: 09.03-30.04.2015.



5.4. MEDIA MOBILNE

1. Miejskie Zakłady Autobusowe

WARTOŚĆ USŁUGI: **193 651 PLN**

10 sekundowy spot w 328 autobusach, na 1310 monitorach LCD w okresie 1.02-30.04.2015.
<https://www.youtube.com/watch?v=8yc8U7wX11Y>



2. Mutikino

WARTOŚĆ USŁUGI: **171 200 PLN**

10 sekundowa reklama wyświetlana w sieci kin Mutikino przed seansami filmowymi.
Terminy 1-7.02.2015 oraz 16-22.03.2015, 1-14.02.2015 oraz 16 – 29.03.2015.

Szacowana liczba odbiorców: 320 000 osób.



5.5. POZOTAŁE MEDIA INTERNETOWE

2. NASZE MIASTO

Artykuł na temat kampanii

„Przeznacz 1% podatku na Fundację Towarzystwo Weterynaryjne i wesprzyj zwierzaki”

<http://warszawa.naszemiasto.pl/artykul/przekaz-1-podatku-na-fundacje-towarzystwo-weterynaryjne-i,3258020,artgal,t,id,tm.html>

7. PODSUMOWANIE.

Wykorzystując pozyskane kanały komunikacji udało nam się dotrzeć do wyjątkowo dużej grupy docelowej. Dla dobra i możliwości leczenia jeszcze większej ilości zwierząt zaangażowaliśmy najbardziej istotne dla kampanii organizacje oraz media.

Kampania spotkała się z wyjątkowo pozytywnym odbiorem i komentarzami. Uczestniczący w nich odbiorcy byli zachwyceni i wdzięczni za to, że oprócz uświadomienia istotnego problemu społecznego, jakim jest rozpoznawanie bólu u zwierząt, z pozyskanych środków w ramach 1%, Fundacja będzie pomagać w leczeniu zwierząt.

Dzięki udziałowi w kampanii, oprócz dotarcia do odbiorców swoich usług, zwiększenia rozpoznawalności wśród grupy docelowej kampanii, nasi Partnerzy są pozytywnie kojarzeni, jako organizacje mające duży wpływ na ważny problem społeczny i pomagają zwierzętom, które bez ich udziału nie miałyby szansy na przeżycie.

SKUTECZNOŚĆ KAMPANII:

Naszą stronę odwiedziło: **29 864** użytkowników

Dzięki Google Grants dotarliśmy do: **1 967 142** odbiorców

Poprzez Facebooka dotarliśmy do: **324 228** odbiorców

Spoty kampanii w internecie obejrzało: **57 557** odbiorców

Wystaliśmy **2 578 654** maili

Spot w Telewizji Polskiej obejrzało: **2 973 150** odbiorców

Wartość świadczeń na rzecz kampanii: **611 097** pln

6. PODZIĘKOWANIA

Każdy z Patronów i Partnerów kampanii otrzymał mailowe oraz pisemne podziękowania za udział w kampanii i jej wsparcie w formie dyplomu.



Podziękowania dla

za wyjątkowe wsparcie kampanii społecznej
ZWIERZĘTA CIERPIĄ W MILCZENIU

i pomoc w leczeniu podopiecznych
Fundacji Towarzystwo Weterynaryjne.
Jednocześnie liczymy na dalszą,
owocną współpracę.

Prezes Fundacji

lek. wet. Natalia Strokowska



Warszawa, 2015

Dziękujemy za wsparcie!

KONTAKT:

Fundacja Towarzystwo Weterynaryjne:
tel.: (22) 297 22 99
www.cierpiawmilczeniu.org
www.towarzystwoweterynaryjne.org

