



# PoRUSZmy

przyszłość naszych dzieci

## Projekt Wydawniczy



## PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

### OPIS PROJEKTU

Kondycja ruchowa dzieci w Polsce drastycznie się pogarsza. W zdrowym ciele zdrowy duch – słabe wysportowanie to mniejszy dobrostan!

Najmłodszy są naszą przyszłością, dlatego ta sytuacja domaga się uwagi i działania.

Redakcje **Wysokich Obcasów** i **Wyborczej** połączyły więc siły, by edukować rodziców, dziadków i nauczycieli poprzez akcję "PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci".

Celem było krzewienie kultury fizycznej nie tylko poprzez zachętę do sportu, ale też przez inspirowanie do codziennego ruchu.

A wszystko to w roku Letnich Igrzysk Olimpijskich i Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej: 2024.

Sponsorem akcji została firma **Toyota Central Europe**.




# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## DZIAŁANIA REDAKCYJNE

 **23 maja - 31 lipca 2024**

 **20 publikacji online**

 **6 publikacji prasowych**

 **4 podcasty\***



### Pływanie czy sprint? Predyspozycje do sportu można zbadać

PoRUSZ!my PRZYSZŁOŚĆ NASZYCH DZIECI 24.03.2024, 06:00

Margit Kossobudzka



\* Pływanie (Fot. Alamy Stock Photo / BETA)

### Jak zachęcić dziecko do sportu

PODCAST ZDROWA ROZMOWA KATARZYNA STASZAK 19.06.2024

0:00 3:05

W dzisiejszym odcinku rozmawiamy o ruchu i znaczeniu aktywności fizycznej u dzieci. Jak zachęcać dzieci do sportu, a jakie zachowania dorosłych odbierają dzieciom radość z treningów i spontanicznej aktywności. Gościem Katarzyny Staszak jest Natalia Pawelska, psycholożka sportowa, współautorka książki "Jak wspierać młodego sportowca? Niezbędnik rodzica".

📌 Ciągłotęgi 🗣️ Poprzednie odciski 🏠 Wyjściel Podcastów 📄 Słuchaj na

podcasty wyborcza.pl

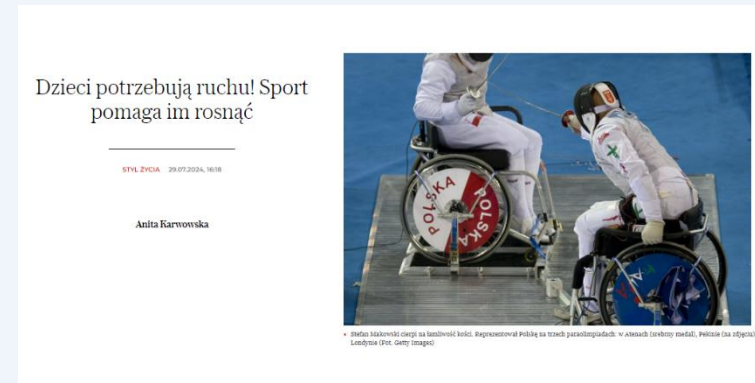


# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## DZIAŁANIA REDAKCYJNE

Artykuły spod szyldu "PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci" ukazały się w papierze – w Wyborczej, tygodniku Wysokie Obcasy i miesięczniku Wysokie Obcasy Extra – oraz w serwisie Wyborcza.pl i WysokieObcasy.pl.

Podcasty w ramach akcji były emitowane w cyklu "Być Rodzicem", "8:10" i "Zdrowa rozmowa".



**Jesteś czymś więcej niż wynikiem**

PODCAST BYĆ RODZICEM AGNIESZKA URZĄDZKA, MAGDALENA KELLER 29.05.2024

0:04 | 20:38

- Jakie jest szczególne dziecko? - warto zadawać sobie to pytanie jak najczęściej. Też one realizuje wziętą rodzica i robi to, co należy? A może takie, które smutko siedzi przy tym cierpliwość dorosłych, nawet jeśli popadnie - zdaniem dorosłych - błędy. Do jakiego stopnia powinniśmy wpływać na wybory dziecka? Jak zachęcać do sportu? I nie dać się presji osiągania najlepszych wyników. Magdalena Keller i Agnieszka Urządźka rozmawiają z Karolem Rucikowskim, psychologiem sportu.

Udostępnij Pogrzebaj odcinki Więcej Podcastów Szukaj na

**POSŁUCHAJ**

**Kiedy sport to twoja mama**

PODCAST BYĆ RODZICEM AGNIESZKA URZĄDZKA, MAGDALENA KELLER 5.06.2024

0:00 | 23:09

Sport łączy, rozwija, uczy zasad, a przede wszystkim zapewnia nam lepsze zdrowie. Ale co, gdy jest go w życiu dziecka za dużo? Gdy chce trenować profesjonalnie? A jak od małego pielęgnować miłość do sportu w dzieciach, które ewidentnie za bardzo nie chcą? O tym porozmawialiśmy z Karoliną Koszewską, pięciarką i kick-bokserką, mistrzynią świata i Europy w kickboksingu, złotą medalistką Igrzysk europejskich. Na podcast zapraszają Magdalena Keller i Agnieszka Urządźka, dziennikarki "Wysokich Obcasów".

Udostępnij Pogrzebaj odcinki Więcej Podcastów Szukaj na

**POSŁUCHAJ**

**Co zrobić, by dzieci chciały uprawiać sport**

PODCAST 8:10 MARCIN WESOŁEK 7.06.2024

0:00 | 20:32

- W latach 80. dziecko poproszone o zawinięcie na drążku wisiało, aż zglodniało. Dziś nie wytrzyma ani sekundy - powiedział w wywiadzie dla "Wyborczej" sędzią sportu prof. Michał Lenartowicz z warszawskiej ANP i wywołał tym zdaniem burzę. O tym, jak sprawić, by ruch i sport wygrały ze smartfonem i grami komputerowymi rozmawiamy z prof. Lenartowiczem w dzisiejszym podcaście "8:10". Więcej podcastów na: <https://wyborcza.pl/podcast>. Piszcie do nas w każdej sprawie na: [lista@wyborcza.pl](mailto:lista@wyborcza.pl).

Udostępnij Pogrzebaj odcinki Więcej Podcastów Szukaj na

**POSŁUCHAJ**

**Jak zachęcić dziecko do sportu**

PODCAST ZDROWA ROZMOWA KATARZYNA STASZAK 19.06.2024

0:00 | 35:05

W dzisiejszym odcinku rozmawiamy o ruchu i znaczeniu aktywności fizycznej u dzieci. Jak zachęcać dzieci do sportu, a jakie zachowania dorosłych odbierają dzieciom radość z treningów i spontanicznej aktywności. Gościem Katarzyna Staszak jest Natalia Pawelska, psycholożka sportowa, współautorka książki "Jak wspierać młodego sportowca? Niezbędny rodzic".

Udostępnij Pogrzebaj odcinki Więcej Podcastów Szukaj na

**POSŁUCHAJ**



## PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

### DZIAŁANIA REDAKCYJNE

Artykuły w ramach projektu poruszyły  
takie **tematy** jak:

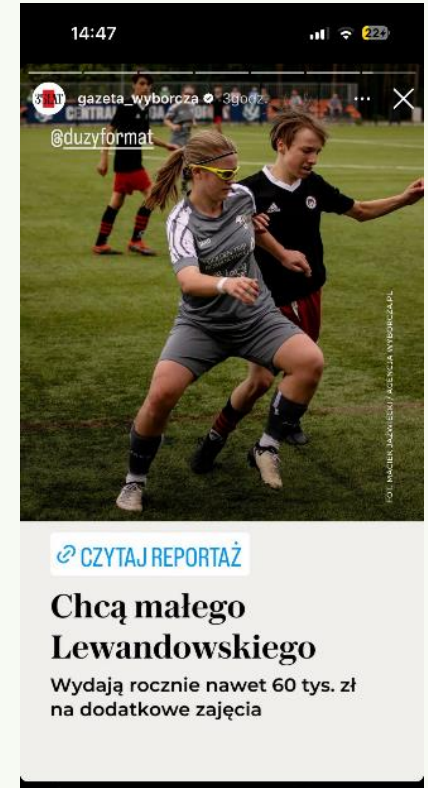
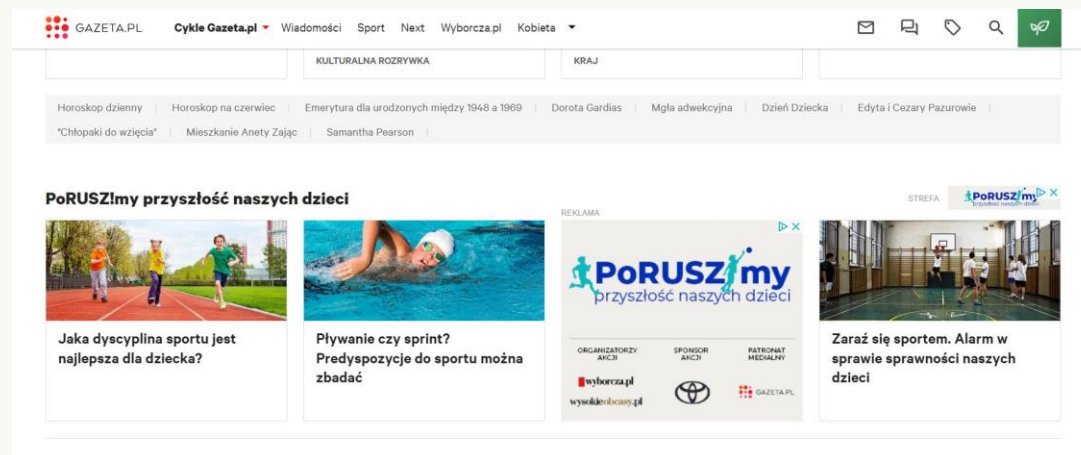
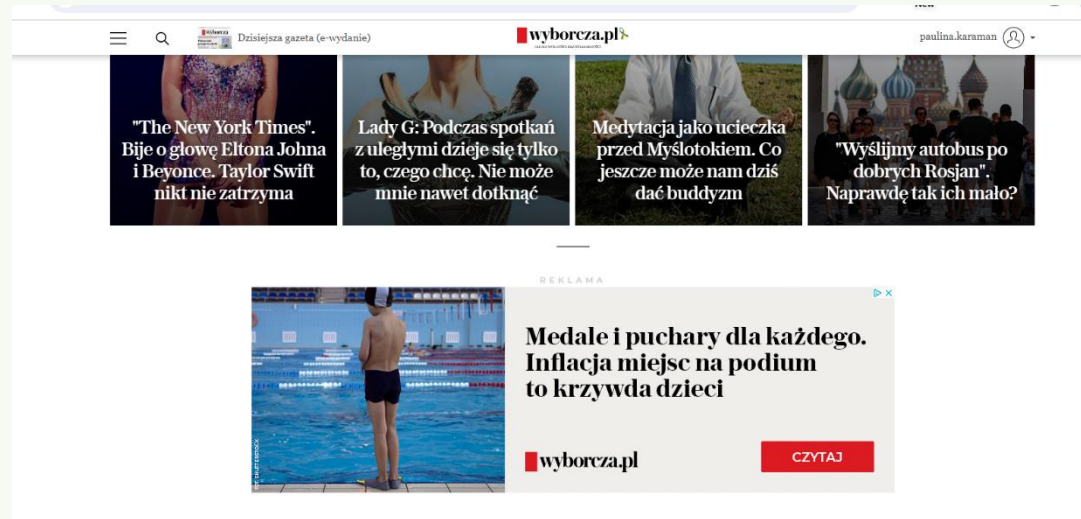
- ✓ **Codzienny ruch wzmacnia u dzieci odporność na infekcje**
- ✓ **Sport powinien być dla najmłodszych przede wszystkim zabawą, nie rywalizacją**
- ✓ **Predyspozycje do konkretnych dyscyplin sportowych można badać**
- ✓ **12-, 13-latki na siłowni: jak ćwiczyć bezpiecznie?**
- ✓ **Monika Pyrek o WF-ie marzeń**



# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## PROMOCJA PROJEKTU

Promocja akcji "PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci" odbyła się na stronach **Wyborcza.pl**, **Wyborcza.biz**, **WysokieObcasy.pl**, w serwisie patrona medialnego projektu – **Gazeta.pl** oraz w papierowych wydaniach Wyborczej.



newsletter



## PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

### WARTOŚĆ DODANA

W ramach kampanii **wsparcie finansowe otrzymała Fundacja Moniki Pyrek**. Fundacja tworzy sportowe, aktywizujące projekty dla dzieci, młodzieży, rodziców i opiekunów. Ponadto prowadzi fundusz stypendialny dla młodych sportowców.



# fundacja moniki pyrek

---





# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## DZIAŁANIA REKLAMOWE

Bardzo istotnym dla Sponsora działaniem była **niestandardowa reklama** w Wyborczej – obłożenie wydania 1 czerwca, w Dzień Dziecka, z kreacją zawierającą życzenia dla najmłodszych.

W ramach kampanii **wsparcie finansowe otrzymała Fundacja Moniki Pyrek**. Fundacja tworzy sportowe, aktywizujące projekty dla dzieci, młodzieży, rodziców i opiekunów. Ponadto prowadzi fundusz stypendialny dla młodych sportowców.



# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## DZIAŁANIA REKLAMOWE

Ponadto firma **Toyota Central Europe** była obecna poprzez:

- ❖ logotyp i wskazanie sponsora akcji przy publikacjach
- ❖ **jingle** sponsorski przy podcastach
- ❖ **reklamę** stricte produktową - w papierowej Wyborczej w formie obłożenia oraz na Wyborcza.pl



ORGANIZATORZY AKCJI

SPONSOR AKCJI

PATRONAT MEDIALNY

wyborcza.pl  
wysokieobcasy.pl

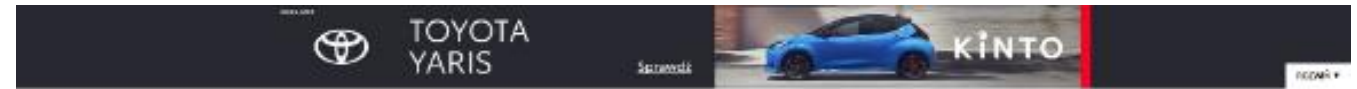


GAZETA.PL



# PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

## DZIAŁANIA REKLAMOWE



Poruszmy przyszłość naszych dzieci

**Monika Pyrek: Dzień po dniu lekkoatletyka, pływanie, konie. A rodzice nawet nie wiedzą, co się tam dzieje**



**J**ak słyszę: "biorę dziś niedyspozycję", to się gotuję. Nie ma czegoś takiego jak "biorę". Albo jesteś niedysponowana, albo nie.



logotyp i wskazanie sponsorskie w ramce projektu

Wrzesień, 2021. Czat klasy licealnej jednego z wielkopolskich ogólniaków.

## PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

### EFEKT AKCJI



**200 tys.**  
UU publikacji



**825 tys.**  
zasięg **postów**  
i **rolek**



**36 tys.**  
odtworzeń  
**podcastów**



**1 mln**  
szacowany zasięg  
publikacji **w prasie\***



Akcja zainteresowała **szerokie grono dobrze sprofilowanych odbiorców** ważnym społecznie tematem kondycji fizycznej dzieci.

Projekt **edukował, uwrażliwił**, a także **inspirował** opiekunów, rodziców, dziadków czy nauczycieli do skutecznego zachęcania najmłodszych do różnych form ruchu - również poprzez kreatywną zabawę.

Akcja wsparła finansowo Fundację Moniki Pyrek, tworząc sportowe, aktywizujące projekty dla dzieci, młodzieży, rodziców i opiekunów. Ponadto fundacja prowadzi fundusz stypendialny dla młodych sportowców.

Wierzymy, że takie **projekty zmieniają rzeczywistość** na plus, kreując lepszą przyszłość dla nas wszystkich.

## PoRUSZ!my przyszłość naszych dzieci

### KORZYŚCI SPONSORA

#### Sponsor projektu uzyskał:

- Obecność w różnorodnych, **crossmediowych** i niestandardowych formatach reklamowych
- Skojarzenie z **prestiżową marką prasową**
- Pokazanie swojego **zaangażowania społecznego**
- Zbudowanie relacji z szerokim gronem odbiorców (**25-65 lat**)

