

„Kilometry Dobra to kampania, która przekracza granice – te świadomościowe, fizyczne, granice możliwości wsparcia. Udział Kół PSONI w kampanii Kilometry Dobra przyniósł nie tylko wymierne efekty finansowe, ale także wyzwolił większą aktywność osób z niepełnosprawnością intelektualną, ich rodziców i pracowników Kół. Za ten właśnie wymiar Kampanii, szczególnie dziękuję!”

dr Monika Zima-Parjaszewska
Prezeska Zarządu Głównego PSONI



UCZESTNICY KAMPANII BOHATEREM MEDIÓW



Według raportu Instytutu Monitorowania Mediów, w roku 2018 Kilometry Dobra dotarły za pośrednictwem mediów do 9 714 000 osób, a wartość rynkowa opublikowanych reklam wyniosła 1 692 648 zł. O kampanii ukazało się 2657 publikacji we wszystkich rodzajach mediów tradycyjnych i społecznościowych. Fantastyczna impreza finałowa w Zamościu przebiła się do mediów ogólnopolskich.



Zespół Perfect

Wśród ambasadorów Kilometrów Dobra jest wiele znanych i lubianych osób: Robert Lewandowski, aktorzy Cezary Żak, Artur Barciś, zespoły Perfect, IRA, Bracia Golec, piłkarze reprezentacji Polski Kamil Grosicki, Łukasz Piszczek, skoczek narciarski Maciej Kot, prof. Walery Pisarek, muzycy Witold Paszt, Barbara Stepniak-Wilk, Ewa Bem, prezenterzy Robert Janowski, Krzysztof Ibisz, szczypiornista Piotr Wyszomirski i Kabaret Moralnego Niepokoju. Hymn kampanii został napisany i nagrany przez zespół Skaldowie (obejrzyj na [YouTube](#)).

KONTAKT I SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE:

 Polski Instytut Filantropii
instytut@pif.org.pl, tel. 12 423 80 07, 605 259 388
 facebook.com/kilometrydobra, www.kilometrydobra.pl



Jagoda Leśniewska,
manager kampanii
j.lesniewska@pif.org.pl
tel. 725 785 898

Zgłoś udział Twojej organizacji - nabór już trwa!

Zbierajmy razem
miliony złotych
I CZYŃMY WIĘCEJ DOBRA!

ORGANIZATOR:

 Polski
Instytut
Filantropii
pif.org.pl

2019



KILOMETRY DOBRA

to zainicjowana w 2013 roku ogólnopolska kampania dobroczynna, w której organizacje zbierają fundusze na swoją działalność i rozwój, wspólnie pozyskując tysiące nowych darczyńców. W minionych 5 latach zebraliśmy w sumie ponad **4,5 mln zł** na realizację **185 różnych projektów**. Tytuł Mistrza Świata w Dobroci jest przyznawany za najlepszy wynik w kampanii w danym roku. Zdobyły go już organizacje z Lublina i Jarosławia, a Białystok zwyciężył już trzy razy z rzędu!



W 2018 roku nasz wynik to: **1 292 520 zł**,
a od początku działalności zebraliśmy już ponad **4,5 mln zł**,
czyli **100 km** złotych ułożonych w szeregu.

JAK DZIAŁAJĄ KILOMETRY DOBRA?

- Kampanię prowadzi koalicja organizacji, a koordynuje ją Polski Instytut Filantropii.
- Budżet kampanii jest współfinansowany z wpłat uczestniczących organizacji i sponsorów.
- Każda organizacja zbiera fundusze na swój własny, wyznaczony przez siebie cel.
- Pieniądże wpływają bezpośrednio do skarbonki i na konta bankowe uczestniczących organizacji.
- Ranking wyników jest stale aktualizowany na stronie www.kilometrydobra.pl.
- Po 3 miesiącach zbierania funduszy wypłacamy je z banku w monetach jednozłotowych.
- W dniu finału (1-2.06.2019 r.) układamy wszystkie zebrane złotówki w szeregu na placach i rynkach, podczas lokalnych festynów Dnia Dziecka.
- Układając szeregi złotówek próbujemy pobić Rekord Guinnessa na najdłuższą linię z monet (75,2 km).

DOŁĄCZ DO 6. EDYCJI
KAMPANII KILOMETRY DOBRA 2019

Start: 1 marca 2019
Wielki Finał: 1-2 czerwca 2019



CO OTRZYMUJE TWOJA ORGANIZACJA?

- obecność w mediach: promocja w mediach ogólnopolskich i społecznościowych, możliwość wykorzystania wizerunków Ambasadorów,
- szkolenie z fundraisingu i indywidualne doradztwo,
- wsparcie informatyczne: system przyjmowania wpłat i podziękowań dla darczyńców,
- zarządzanie Kampanią: wsparcie zespołu centralnego, kancelarii prawnej,
- wyłączność na finał w swojej miejscowości,
- materiały promocyjne: ulotki, koszulki, roll-up, logo i hymn Kampanii.

JAKIE SĄ ZASADY WSPÓLFINANSOWANIA KAMPANII?

Kampania Kilometry Dobra jest wspólną inwestycją dziesiątek organizacji, które finansują ją z własnych funduszy. Model finansowania akcji jest oparty o ideę synergii – wykorzystuje połączone siły zaangażowanych w projekt organizacji, aby obniżyć koszty i zwiększać rezultaty. Opłata wnoszona jest w dwóch częściach, jedna na początku, a druga na końcu kampanii.

