Poznań, 26 lipca 2022 roku

INFORMACJA PRASOWA

#BayraktarChallenge – 22,5 mln w skarbonce i 15 mln zł ekwiwalentu

**Pospolite ruszenie związane ze zbiórką środków na dron Bayraktar dla Ukrainy zakończyło się spektakularnym sukcesem. Jak wynika z analizy przeprowadzonej przez PRESS-SERVICE Monitoring Mediów, akcja uruchomiona przez dziennikarza Sławomira Sierakowskiego przyniosła nie tylko wymierny efekt w postaci zebrania potrzebnej kwoty 22,5 mln zł, ale także osiągnęła fantastyczny wynik medialny, w tym ekwiwalent reklamowy na poziomie ponad 15 mln zł.**

Zbiórka stanowi realną pomoc dla ukraińskich sił zbrojnych, ale ma także wymiar symboliczny. Stanowi rodzaj moralnego wsparcia dla wszystkich Ukraińców, którzy od 5 miesięcy walczą z rosyjskim agresorem.

Jak twierdzą eksperci, bezzałogowe drony są przyszłością konfliktów zbrojnych. Bayraktar to maszyna latająca na średnich wysokościach, zdolna do przebywania w powietrzu nawet przez 27 godzin bez potrzeby lądowania. Dron z powodzeniem był wykorzystywany w atakach na rosyjskie kolumny zaopatrzeniowe i udzielał wsparcia w większości spektakularnych akcji armii ukraińskiej.

W polską zbiórkę na Bayraktara zaangażowały się bardzo mocno media, które niezwykle skutecznie nagłośniły tę inicjatywę, a wokół akcji utworzyła się ogromna społeczność, skupiająca zwykłych ludzi, celebrytów, osoby ze świata polityki, sztuki i biznesu, w tym.

Od 28 czerwca do 25 lipca br. na temat zbiórki ukazało się **912 materiałów w mediach tradycyjnych** (472 w Internecie, 27 w prasie, 322 w radio i 91 w telewizji), a także **38 280 wzmianek w social media**, **które wygenerowały 497 640 interakcji** (polubień, komentarzy, czy udostępnień.

Łącznie wszystkie publikacje osiągnęły ogromne dotarcie oraz **ekwiwalent reklamowy (AVE) w wysokości 15 017 614 zł.**

**-** *Tak dobry wynik medialny to efekt synergii działania mediów oraz wszystkich osób zaangażowanych w to przedsięwzięcie* - komentuje Katarzyna Popławska, kierownik marketingu i PRESS-SERVICE Monitoring Mediów.*Tego typu akcje pokazują szczególną rolę i siłę mediów społecznościowych, które mogą być niezwykle wartościowym nośnikiem idei i realnie przyczyniają się do zmiany otaczającej rzeczywistości –* dodaje Popławska.

TOP 5 najbardziej aktywnych źródeł w mediach tradycyjnych to TVN24, Wiadomości.onet.pl, TVN24.pl, Wiadomości.gazeta.pl i 300polityka.pl.

Dwa najbardziej aktywne źródła social media na Facebooku to profil autora zbiórki Sławomira Sierakowskiego i profil Marcina Prokopa, a na Twitterze profil Krytyki Politycznej oraz TVN24.

Jak podaje Zrzutka.pl, na której prowadzona była zbiórka środków, największa indywidualne wpłaty opiewały na kwotę 100 000 zł (2 osoby). Najczęściej wpłacano po 100 zł – taką kwotę przelało ponad 75,5 tys. osób. Do 26 lipca dokonano 209 327 wpłat.

Akcja ma także swojego cichego bohatera - pana Jacka, który dorzucił 5 zł ze swojego zasiłku 717 zł dla osób niepełnosprawnych. Ten piękny gest został doceniony przez internautów. W odruchu serca zebrali dla wpłacającego w odrębnej zbiórce kwotę ponad 70 000 zł.

- *Zrzutka na Bayraktar dla Ukrainy to największa, do tej pory akcja przeprowadzona na naszym portalu i absolutnie rekordowa. Jeszcze nigdy w historii Zrzutka.pl nie mieliśmy akcji z tak ogromnym celem, tak dużej liczby darczyńców uczestniczących w jednej akcji, ani tak wysokiego natężenia wpłat w krótkim czasie* - komentuje Tomasz Chołasta, współzałożyciel Zrzutka.pl *Uważamy, że sukces zrzutki prowadzonej przez Sławomira Sierakowskiego leży w pracy zespołowej. To przede wszystkim on starał się wypromować zrzutkę - 22 miliony zebrane na Bayraktara to skutek setek godzin pracy organizatora i poruszenia wszystkich jego kontaktów. My z radością wspieraliśmy jego wysiłki, podawaliśmy dalej treści, w których nas oznaczał, pomagaliśmy technicznie, a także wspieraliśmy w organizowaniu licytacji - ale inicjatywa zawsze wychodziła od organizatora. Chcielibyśmy podziękować wszystkim, którzy zaangażowali się w #BayraktarChallenge - za zaufanie, za każde udostępnienie i każdą wpłaconą złotówkę. Mamy nadzieję, że na polskich portalach fundraisingowych będzie coraz więcej tak szlachetnych i ambitnych akcji.* – dodaje Chołasta.

Do końca zbiórki pozostało jeszcze kilka dni. Cały czas można wpłacać środki, które w całości zostaną przeznaczone na pomoc walczącej Ukrainie.

[LINK DO ZBIÓRKI „BAYRAKTAR DLA UKRAINY”](https://zrzutka.pl/bayraktar?ref=tjournal.ru&gclid=CjwKCAjwoMSWBhAdEiwAVJ2ndkOn3BScXJbFHpZHyZXS_gpz1bV-OtF5ObxSm2eCbK4Mg85vfyt4PhoCXNgQAvD_BwE)

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy: PRESS-SERVICE Monitoring Mediów).

Zapoznaj się z raportami dla mediów: <http://psmm.pl/pl/raporty-specjalne>

Osoba do kontaktu:

Katarzyna Popławska
Kierownik Działu Marketingu i PR
kom: +48 697 410 680
kpoplawska@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl/)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)
[www.youtube.com/PSMMonitoring](https://www.youtube.com/channel/UCPLc9M8glPDsEJ8Xer-Oakg)