

watch **it!**

5

NAJCZĘSTSZYCH BŁĘDÓW OPP W SPOTACH DO TVP I RADIA

Twoja organizacja ma status organizacji pożytku publicznego (OPP)?
Możesz ubiegać się o nieodpłatną emisję spotu kampanii społecznej w TVP lub w Polskim Radio (PR).

Spot ocenia Komisja ds. Kampanii Społecznych
(przedstawiciele organizacji pozarządowych i TVP lub PR).

STOP!

Nie popełniaj tych błędów. Komisja odrzuci wnioski o emisję kampanii, jeśli spot:

- 1. mówi tylko o twojej OPP**
STOP! Spot musi pokazać **PROBLEM** społeczny, którym OPP się zajmuje. Kampania społeczna uwrażliwia, proponuje rozwiązania, nie jest reklamą organizacji.
- 2. namawia do przekazywania pieniędzy na OPP**
reklamuje 1% dla konkretnej OPP
informuje o zbiórkach pieniędzy
STOP! Celem kampanii nie jest zbieranie pieniędzy (z wyjątkiem np. sytuacji klęski żywiołowej).
- 3. reklamuje innych**
STOP! Nie umieszczaj logotypów sponsorów, reklam/kryptoreklam (np. marek sprzętów, żywności). Spot może zawierać logo Twojej OPP.
- 4. zawiera numery: konto bankowe, KRS**
STOP! Nie umieszczaj ich w spocie.
- 5. jest niejasny, nie daje odpowiedzi, powiela stereotypy**
Pokaż pomysł innym – niech oceniają, czy przekaz jest jasny, jakie budzi emocje, czy jest ciekawy? Jeśli odsyła do strony www to czy jest tam więcej informacji o tym, co może zrobić odbiorca kampanii?

Czy mogę zapytać Komisję o zdanie i uniknąć zbędnej pracy nad spotem?

Tak!
Możesz najpierw przestać scenariusz (storyboard), a nie od razu gotowy spot.