

PUNCTUL NR. 40



Consiliul General al Municipiului București

HOTĂRÂRE

privind aprobarea asocierii dintre Consiliul Local al Sectorului 1 și Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”

Având în vedere Expunerea de motive a Primarului General al municipiului București și Raportul de specialitate al Direcției Învățământ;

Văzând raportul Comisiei Învățământ, Cultură, Culte și avizul Comisiei Juridice și de Disciplină din cadrul Consiliului General al Municipiului București;

În temeiul prevederilor art. 36 alin. (1), art. 45 alin. (2) și art. 81 alin (2), lit. q) din Legea nr. 215/2001, privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare,

CONSILIUL GENERAL AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

HOTĂRĂȘTE :

Art.1 - Se aprobă asocierea dintre Consiliul Local al Sectorului 1 și Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.

Art.2 - Direcțiile din cadrul aparatului de specialitate ale Primarului General al Municipiului București precum și direcțiile din cadrul aparatului de specialitate al Primarului sectorului nr. 1, vor duce la îndeplinire prevederile prezentei hotărâri.

Această hotărâre a fost adoptată în ședința ordinară a Consiliului General al Municipiului București din data de

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ

SECRETAR GENERAL AL
MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

TUDOR TOMA

București,

PRIMAR GENERAL

Etaj: 1, cam. 101

tel.: 305 55 89; 305 55 90; 305 55 00 int. 1101

fax: 312 00 30

e-mail: primar@bucuresti-primaria.ro



Primăria Municipiului București

EXPUNERE DE MOTIVE

Prin adresa nr. K/296/28.02.2008, înregistrată la PMB cu nr. CRM 712368/04.03.2008, Primăria Sectorului 1 solicită Consiliului General al Municipiului București să împuternicească Consiliul Local al Sectorului 1 să hotărască cu privire la asocierea cu Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.

Asociația Sport pentru Viață a supus spre atenție Consiliului Local al Sectorului 1 Proiectul „Cupa 1”, competiție ce se adresează tuturor elevilor din clasele I-XII și tuturor categoriilor de sporturi, proiect ce își propune revitalizarea mișcării sportive de masă la nivelul sectorului 1, prilej cu care se pot descoperi noi talente și valori ce pot asigura schimbul de mâine al sportului românesc. Proiectul se înscrie în eforturile Consiliului Local al Sectorului 1 de a crea elevilor înscriși în unitățile de învățământ din sectorul 1 o alternativă corectă de petrecere a timpului liber, în virtutea educării prin sport.

În conformitate cu prevederile art. 36 (1), art. 45 (2) și art. 81 alin (2), lit. q din Legea nr. 215/2001, privind administrația publică locală, republicată, *“Consiliile locale ale sectoarelor municipiului București ... hotărâsc, în condițiile legii, cu acordul prealabil al Consiliului General al Municipiului București, cooperarea sau asocierea cu persoane juridice române sau străine, cu organizații neguvernamentale și cu alți parteneri sociali, în vederea finanțării și realizării în comun a unor acțiuni, lucrări, servicii sau proiecte de interes public local”*.

Având în vedere cele menționate anterior, supun aprobării Consiliului General al Municipiului București Proiectul de hotărâre privind aprobarea asocierii Consiliului Local al Sectorului 1 cu Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.

PRIMAR GENERAL**Adriean VIDEANU**

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI BUCUREȘTI
Direcția Generală de Dezvoltare, Investiții și Planificare Urbană

Direcția Invățământ

NR. 712368/328/18.03.2008

AVIZAT
VICEPRIMAR GENERAL

RĂZVAN MURGEANU

RAPORT DE SPECIALITATE

**privind asocierea dintre Consiliul Local al Sectorului 1 și Asociația Sport pentru Viață,
în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.**

Prin adresa nr. K/296/28.02.2008, înregistrată la PMB cu nr. CRM 712368/04.03.2008 Primăria Sectorului 1 solicită Consiliului General al Municipiului București să împuternicească Consiliul Sectorului 1 pentru a hotărî cu privire la asocierea cu Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.

Asociația Sport pentru Viață a supus spre atenție Consiliului Local al Sectorului 1 Proiectul „Cupa 1”, competiție ce se adresează tuturor elevilor din clasele I-XII și tuturor categoriilor de sporturi, proiect ce își propune revitalizarea mișcării sportive de masă la nivelul sectorului 1, prilej cu care se pot descoperi noi talente și valori ce pot asigura schimbul de mâine al sportului românesc.

Având în vedere faptul că această asocieră se înscrie în eforturile Consiliului Local al Sectorului 1 de a crea elevilor înscriși în unitățile de învățământ din sectorul 1 o alternativă corectă de petrecere a timpului liber, în virtutea educării prin sport și ținând cont de prevederile art. 36 (1), art. 45 (2) și art. 81 alin (2), lit. q din Legea nr. 215/2001, privind administrația publică locală, republicată, considerăm oportun și pe deplin justificat să fie inițiat un proiect de hotărâre prin care Consiliul General al Municipiului București împuternicește Consiliul Local al Sectorului 1 să hotărască cu privire la asocierea cu Asociația Sport pentru Viață, în vederea realizării Proiectului „Cupa 1”.

DIRECTOR GENERAL
BOGDAN ȘOȘOACĂ



DIRECTOR EXECUTIV
EMILIAN RADU



Consilier superior I,
Maria Răducănescu

Sport pentru viață©

„Sport pentru Viață” este o campanie de resposanbilitate sociala inițiată de Gabriela Szabo, prin intermediul asociației cu nume omonim. Campania este organizată de agenția de comunicare Pastel Age.

Premizele care au stat la baza implementării programului:

Campania este creată la inițiativa Gabrielei Szabo, care a avut ocazia să remarce diminuarea drastică a bazei naturale de selecție pentru sportivii de performanță, cauzată de lipsa interesului pentru sport, de dezvoltarea defectuoasă a copiilor generată de carența mișcării fizice și de alimentația necorespunzătoare. Sedentarismul este, însă, o problemă extinsă, cu implicații puternice nu doar asupra sănătății fizice a oamenilor, dar și asupra celei psihice, a tonusului, a eficienței în muncă. Corpul uman este creat pentru mișcare și, în lipsa acesteia, procesele fiziologice normale sunt tulburate, uneori până la dereglarea totală.

Descrierea problemei sociale

Lipsa educației sportive joacă un rol important în apariția sedentarismului, iar rezultatele sunt vizibile în statisticile spitalelor. Astfel, bolile de inimă, cancerul la colon, obezitatea și, mai târziu, apariția osteoporozei, toata acestea au drept factor cauzator major lipsa exercițiului fizic. În paralel, se remarcă evoluția negativă a obiceiurilor nutriționale, copiii europeni consumând mai puțin de jumătate din necesarul zilnic de vitamine și minerale obținute pe cale naturală, dar depășesc nivelul corect de grăsimi și zaharuri. Aceste disfuncții – lipsa mișcării și deficiențele nutriționale produc efecte îngrijorătoare asupra populației tinere – rapoartele europene indică un nivel de obezitate de 12% pentru copii între 6 și 12 ani – dar nu numai. Un studiu efectuat în 6 țări europene indică sportul ca ocupând locul 6 în preferințele tinerilor, iar concursurile sportive pe locul 9. Primele locuri sunt ocupate de activități sedentare de tipul jocurilor pe calculator, privitul la televizor și ascultarea de muzică.



S
P
O
R
T
P
E
N
T
R
U
V
I
A
Ț
Ă

Nici adulții nu practică sport în mod constant – aceasta este în relație direct proporțională cu nivelul social și de educație al oamenilor. Astfel, cei cu statut social superior sunt mai înclinați către o viață activă, având informațiile necesare care să îi convingă de importanța acesteia. În schimb, cei mai mulți ignoră complet acest aspect și elimină complet mișcarea din viața lor, chiar și din cele mai simple acțiuni – chiar și un singur etaj este urcat cu liftul, o stație de autobuz nu este decât arareori parcursă per pedes, plimbările în parc sunt scurte și rare.

Sportul nu este un moft și nici o activitate adițională vieții cotidiene, ci o nevoie reală a corpului și a minții noastre. Prea puțini sunt cei ce înțeleg acest lucru, chiar dacă efectele sunt vizibile la nivelul stării de sănătate și a tonusului general.

Numărul de persoane afectate de sedentarism

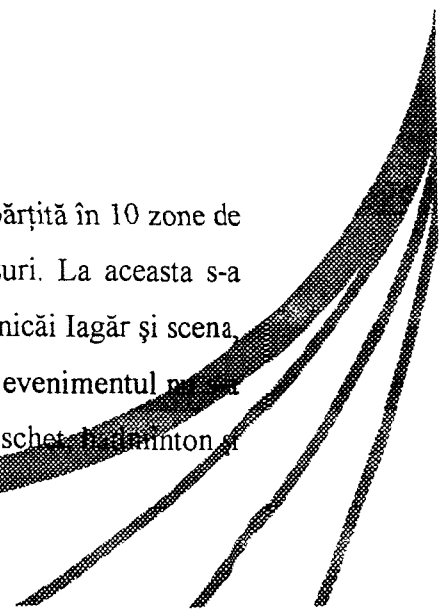
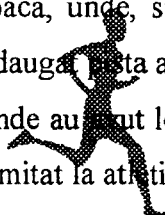
Sedentarismul este o problemă ce ne afectează pe toți. Copiii reprezintă cel mai activ segment al populației, dar doar 60% dintre tinerii de 15-24 de ani practică sport o dată pe săptămână, și doar 41% dintre adulții între 25-39 de ani. Începând cu vârsta de 12 ani, activitatea fizică se reduce treptat, cu 3% pe an la băieți și cu 7% pe an la fete. Aceste date sunt preluate din eurobarometre, dar în România nu există o cercetare pe acest subiect, astfel încât nu putem cunoaște exact nivelul sedentarismului.

Desfășurarea evenimentelor din 2006

Campania a pornit în mai 2006, cu un eveniment pilot – Arenele de Joacă. În cadrul acestuia, toate activităților au fost în legătură directă cu sportul, iar conceptul său creativ a fost „cel mai mare stadion de joacă”. Evenimentul a cuprins

1. Un amplu „Concurs de Artă și Literatură pentru copii”
2. O cercetare empirică asupra preferinței copiilor vizavi de sport
3. O întâlnire de presă neconvențională
4. Evenimentul propriu-zis.

Timp de 4 zile, zona Șoseaua Nordului a parcului Herastrau a fost împărțită în 10 zone de joacă, unde, simultan, 8 ore pe zi, s-au desfășurat jocuri și concursuri. La aceasta s-a adăugat și o stație athletică originală, cea folosită la Gala de Retragere a Monicăi Iagăr și scena, unde au avut loc demonstrații sportive. Mergând pe ideea de stadion, evenimentul nu s-a limitat la atletism, ci a inclus mai multe sporturi, precum: escaladă, baschet, badminton și



SPORT pentru VIATA

volei. În plus, au mai fost create trei zone, cu diferite jocuri: cea mică, cea mare și cea de topăială. În plus, s-a realizat și un atelier de desen, cu ateliere și lucru liber, dar toate gravitând în jurul conceptului de mișcare. Activitățile propuse vizau atât participarea individuală, cât și în echipă și, foarte important, în familie. În plus, reprezentanți ai sporturilor desemnate de copii ca fiind cele mai iubite au fost prezenți la eveniment, pentru a vorbi cu părinții și pentru a-i îndruma către cluburile de specialitate. Un psiholog a stat de vorbă cu părinții, pentru a le explica rolul sportului în dezvoltarea psihică a copiilor, felul în care acesta le sporește autocontrolul, determinarea, dorința de a câștiga, le diminuează violența, îi responsabilizează. Actorii le-au vorbit copiilor despre legende, precum Hercule și alergătorul de la Maraton, pentru a le arăta ce rol a avut sportul în istoria omenirii. Tot ei le-au spus povești și au creat cercuri de discuție privind sporturile preferate.

De asemenea, sâmbătă și duminică au avut loc crosuri ING, pe 3 niveluri de vârstă, iar Gabi a alergat la start alături de copii. De altfel, ea a fost prezentă în fiecare zi a evenimentului, a premiat câștigătorii concursului de artă și literatură, cât și pe cei de la cross, a fost prezentă în fiecare dintre zone, pentru a vorbi direct cu părinții și pentru a se juca cu copii. Invitați special la eveniment au fost primarul Sectorului 1, Domnul Andrei Chiliman, și consilierii prezidențiali Mariana Bitang și Octavian Bellu.

Desfășurarea evenimentelor din 2007

- Turul de promovare a sportului în școli

Turul s-a adresat copiilor din clasele I – IV, cu vârste cuprinse între 7 și 12 ani. Aceasta s-a desfășurat în luna mai, în 5 școli bucureștene (12, 45, 162, 171, 177), însumând un număr de 1.200 de copii. Aceștia au învățat noțiunile de bază ale practicării sportului, precum elemente de încălzire, hidratare, reguli de ștafetă și de dribling. Profesorii lor au fost mari campioni, precum Andreea Răducan, Elisabeta Lipă, Diana Oprea, Monica Iagăr, Laura Badea, Oana Pantelimon, Claudia Isăilă, Otilia Bădescu cât și dinamoviștii Florin Matache, Nicolae Mușat, Marius Alexe, Eugen Crăciun și Mihai Țurcan.



Mega-evenimentul sportiv pentru copii „Arenele de Joacă”.

Timp de 2 zile, în Herăstrău, 4.000 de copii au participat la jocurile și competițiile organizate pentru ei, în 10 perimetre sportive și au primit toți premii și diplome. Mai mult decât atât, acest eveniment a reprezentat și o modalitate de selecție a copiilor talentați pentru sport – mari sportivi, precum Monica Iagăr, Andreea Răducan și Claudia Isăilă au remarcat copii pe care au început deja să îi antreneze sau i-au îndrumat spre cluburile de specialitate.

- **O serie de 4 evenimente sportive în centrele de plasament** – Pinochio, Sf. Maria, Sf. Petru și Pavel, Sf. Iosif. Ca și în Turul de Promovare a Sportului în Școli, copiii au făcut sport și au primit premii și cadouri, bucurându-se enorm de atenția oferită de echipa „Sport pentru Viață.”

De asemenea, a fost realizată și o **cercetare preliminară**, al cărei obiectiv a fost stabilirea nivelului de practicare a sportului în rândul copiilor din ciclul primar și a părinților acestora. Astfel, aproximativ 50% dintre părinții copiilor din clasele 1-4 (eșantion de vârstă: 25 – 45 de ani) fac sport o dată pe lună sau mai rar, iar 9 % dintre respondenți nu fac niciodată exerciții fizice. Adulții chestionați fac sport acasă sau în parc/pădure/la iarbă verde și doar 10% merg la un club specializat (fitness, aerobic) și 3% într-un club sportiv.

Obiceiul părinților, de a invoca lipsa timpului și de a nu face sport organizat, este transmis și copiilor. Pe baza afirmațiilor părinților, un copil își petrece cel mai mult timp dintr-o zi făcându-și temele (19%), privind la televizor (16%), jucându-se în interiorul casei (14%) sau pe calculator (12%). Principalele motive pentru care părinții nu își trimit copiii să facă sport este lipsa de timp a părintelui (39% dintre respondenți) și inexistența spațiilor adecvate acestei activități în apropierea casei (21 %).

„Sportul chiar este o problemă a tinerei generații. Nu i se acordă importanță, dar copiii simt nevoia să se miște”, a declarat campioana Gabriela Szabo. „În cadrul campaniei, am avut peste 5000 de copii ce s-au lăsat antrenați în activități sportive. Numai la Grosul Distrigaz Sud, din cadrul Arenelor de Joacă, au participat 200-250 de copii. Acest lucru îmi arată că inițiativa noastră e necesară și îmi doresc să ajungem și la nivel național. Cred că *Sport pentru Viață* poate să devină cea mai importantă inițiativă de gen din România.”, a concluzionat inițiatoarea campaniei.

„Sport pentru Viață” se bucură de susținerea Agenției Naționale pentru Sport, a Federației Române de Atletism și a **Distrigaz Sud – Grup Gaz de France**, sponsorul principal.

Alături de ceaștia, sunt alături de campanie și Herlitz, Henkel, Hochland, Carrefour, Gatorade, Fulga și Boom Boom Land. Partenerul media principal este Itsy Bitsy și, alături de acesta, sunt și: ProSport, Evenimentul Zilei, Compact, Familia Mea, Sana, Baby, Libertatea, Șapte Seri, Sport Magazine by Kicker, Lumea Copiilor, Orar, Pici, www.copilul.ro, www.sfatulmedicului.ro, www.idieta.ro. În București, aceasta este realizată cu sprijinul Primăriei Sectorului 1 și a Federației Române de Atletism. Campanie este organizată de agenția de comunicare Pastel Age.

SPORT pentru VIAȚA

Organizator

Organizatorul campaniei este agenția de comunicare Pastel Age, specializată în crearea de evenimente ca instrumente integrante ale strategiei de marketing. Agenția are o poziție nouă pe piața de BTL din România, oferind full service în managementul de eveniment – pornind de la crearea și consolidarea identității acestuia, promovarea sa prin metode convenționale și neconvenționale, integrarea sa în strategia de marketing a companiei și evaluarea sa reală, în vederea calculării corecte a unui ROI și a maximizării acestuia.. Pastel Age consideră că evenimentele, în formele sale cele mai cunoscute – lansări, conferințe, expoziții, road-showuri, dar și în cele noi create – mobile sau pop-up – reprezintă un instrument foarte puternic de comunicare directă, de maximă interacțiune a companiei cu publicul său. În strategiile pe care le creează, agenția folosește principiile marketingului experimental.

„Sport pentru viață” este proiectul de suflet al agenției, prin intermediul căruia valorile susținute și promovate de acestea capătă și ele viață.



Sport Pentru Viata

Campanie sociala

» Agentie: Pastel Age
Client: Gabriela Szabo

Clientul

Retrasă din activitatea competițională, Gabriela Szabo, cea mai bună sportivă a lumii în 1999 și cea mai titrată atletă româncă, a simțit nevoia implicării în comunitate, dar și a consolidării brandului său de celebritate. După retragere, lipsa mediatizării focusate asupra numelui său ar fi dus la devalorizarea treptată a brandului său. De aceea, campioana a optat pentru o campanie de identitate care este, în egală măsură, una de responsabilitate socială.

Problema

În ciuda faptului că Gabriela era asociată performanței, am respins această asociere, considerând-o prea concurențială. Am ținut însă cont de dorința sa de a întoarce comunității o parte din capitalul acumulat de ea în perioada competițională și am optat pentru alăturarea imaginii sale cu cea a sportului de masă. Decizia a fost puternic justificată și de realitatea socială actuală: 54% dintre români nu fac sport deloc, 44% mai puțin de o dată pe lună, iar rata obezității este de 24%. Acesta este contextul creării campaniei de promovare a mișcării sportive - *Sport pentru Viață*.

Strategia

Strategia sa este „learning by doing”. Sportul nu este o activitate pe care să o predici, ci pe care să o practici. De aceea, *Sport pentru Viață* are o importantă componentă actanțială, considerând că abordarea experimentală este cea mai indicată pentru determinarea schimbării atitudinale și comportamentale. Construită pe următorii 5 ani, este compusă majoritar din evenimente concepute pentru a livra informații într-un mod interactiv. Pe de altă parte, Gabi a reprezentat o imagine pe care oamenii au văzut-o în mișcare, pe care o cunosc din realizările sale, nu din declarațiile ei. Astfel, am urmărit crearea unei campanii în care oamenii să simtă real spiritul sportului și să o poată cunoaște pe Gabi direct.

Pentru sublinierea relației dintre campanie și brandul Gabi Szabo, am mizat și pe identitatea grafică: dominantă cromatică a fost roșu, iar logo-ul campaniei a derivat din cel sportivei.

Prima etapă a campaniei a urmărit adresarea specifică către 2 categorii de publicuri principale: reprezentanții lumii sportive și copiii (6-12 ani). Următoarele vizează o dublă extindere – geografică și umană.

Cercetarea

Pentru a defini identitatea Gabrielei, am folosit cercetarea și analiza de brand create de Brandient. Pentru strategia campaniei, am utilizat:

- analize, articole, cercetări și studii europene și naționale
- întâlniri directe cu reprezentanți ai lumii sportive și cu cadrele didactice
- concluziile primului eveniment al campaniei: Arenele de Joacă (2006)
- propria cercetare. Aceasta a cuprins: focus-grupuri pentru copiii din școala primară, pentru identificarea raportului sport-joacă și o cercetare bazată pe chestionare, pentru părinții acestora.

Planificarea

Obiective Principale:

1. Implicarea unui număr de minim 4.000 de copiii în activități sportive pe parcursul derulării campaniei
2. Susținerea activă din partea personalităților sportive, pentru un bun brand endorsement și obținerea simpatiei reprezentanților guvernamentali, în vederea dezvoltării activităților de lobby.
3. Atragerea părinților în activități sportive, alături de copii și informarea lor asupra beneficiilor mișcării fizice.
4. Captarea interesului mass-media pentru problema sedentarismului, prin realizarea unui minim de 30 de materiale de presă scrisă.

Publicuri:

- **Principal:** Copii (6 – 12 ani), părinți (27 – 55 ani), sportivi de performanță (ca lideri de opinie), reprezentanți ai companiilor private.
- **Secundar:** Cadre didactice, reprezentanți ai autorităților guvernamentale, mass-media.

Mesaje

- Sloganul și mesajul principal este „Corpul omenesc este construit pentru mișcare”. Sportul nu este mof, lux sau hobby, ci o necesitate organică, carența sa având importante repercusiuni la nivel fizic și psihic.
- „Cei mai mari sportivi români susțin campania” a fost sloganul sub care s-au reunit campionii ce au aderat la *Sport pentru Viață*.

Canale de comunicare

- **Pentru copii:** Evenimente, articole în revistele specializate, prezența sportivilor în emisiuni radio pentru copii.

- **Pentru părinți:** Concursuri sportive pentru familie, mailing (scrisoare din partea Gabrielei), prezența Gabrielei în emisiuni TV de mare audiență (la TVR, Antena 1, Romantica), articole în revistele Sana, Baby și Familia Mea, transmisii radio în direct.
- **Pentru presă:** conferință pentru prezentarea rezultatelor cercetării, invitarea sportivilor la eveniment alături de copiii lor.
- **Pentru lumea sportivă:** Prezentarea sa în Biroul Federal al Federației Române de Atletism, în cadrul workshopului internațional „Health as Human Performance”, în prima sesiune a Academiei Olimpice Internaționale, transmiterea invitațiilor de participare la eveniment.

Execuția

Pregătirea

1. Stabilirea strategiei, prioritizarea publicurilor și a mesajelor. S-a avut în vedere integrarea campaniei 2007 într-o strategie pe termen lung.
2. Stabilirea partenerilor și a sponsorilor.
3. Stabilirea contactelor cu personalitățile.
4. Realizarea focus-grupurilor.
5. Comunicarea cu cadrele didactice.
6. Realizarea articolelor dedicate beneficiilor sportului.

Implementarea

1. Turul de Promovare a Sportului în Școli – SportTur

S-a desfășurat în 5 școli bucureștene, cuprinzând 1.200 de copii din clasele primare. Ei au învățat noțiunile de bază ale practicării sportului (încălzirea, hidratarea, reguli de ștafetă și dribling), avându-i ca profesori pe marii campioni: **Andreea Răducan, Elisabeta Lipă, Diana Oprea, Monica Iagăr, Laura Badea, Oana Pantelimon, Claudia Isăilă, Otilia Bădescu, cât și pe membrii echipei Dinamo.** Copiii au făcut antrenamente, au participat la jocuri și fiecare a primit cadou o minge. Echipamentul sportiv a fost, de asemenea, donat școlilor participante. În cadrul turului, a fost realizată și cercetarea.

2. Conferința de presă pentru anunțarea cercetării.

Au participat toți sportivii susținători, cât și Octavian Bellu.

3. Mega-evenimentul sportiv pentru copii „Arenale de Joacă”.

Timp de 2 zile, în Herăstrău, **4.000 de copii**, dar și părinți și bunici, au participat la jocurile și competițiile organizate în **14 perimetre sportive** (cros, atletism, baschet, badminton, volei, baschet, popice...) și au primit premii și diplome. Pe scenă au fost constant demonstrații sportive, iar campionii i-au învățat pe copii diferite exerciții. Evenimentul a reprezentat și o modalitate de selecție a copiilor talentați, cu finalitate concretă.

4. Evenimente în centrele de plasament

În patru centre, copiii au făcut sport și au primit premii și cadouri, bucurându-se enorm de atenția oferită de echipa *Sport pentru Viață*.

Continuarea

Au fost transmise dosare de evaluare personalizate fiecărui partener, dezvoltându-se o relație specială cu principalul sponsor - Distrigaz Sud. De asemenea, se negociază parteneriatul cu Ministerul Educației, Cercetării și Tineretului (MECT), pentru rularea SportTur la nivel național. Următoarele activități ale campaniei, printre care site-ul, sunt în faza de pregătire.

Evaluarea

- Campania a implicat 10 campioni mondiali și olimpici și 5500 de copii.
- Peste 500 de părinți au completat chestionarele.
- Au fost redactate 40 de materiale de presă scrisă (2007).
- La inițiativa Gabrielei și grație campaniei, MECT a coborât cadrele de sport la clasele primare și, în continuare, dorește să fie partener al campaniei.
- Campania avut un rol important și în alegerea Gabrielei în Comisia de Femei a IAAF (International Association of Athletic Federations), prima poziție similară obținută de România după 10 de ani de absență din acest Board.
- Sportivi olimpici internaționali și-au manifestat intenția de a se afilia campaniei.
- Campania a avut și un rol de bulgăre în dezvoltarea spiritului civic: tot bugetul a fost realizat pe bază de sponsorizare (permițând acordarea a peste 10.000 de obiecte), iar echipa de 50 de persoane a fost formată din voluntari.
- **În total, 9 zile aproape consecutive de evenimente și 5 luni de activități complexe de relații publice.**