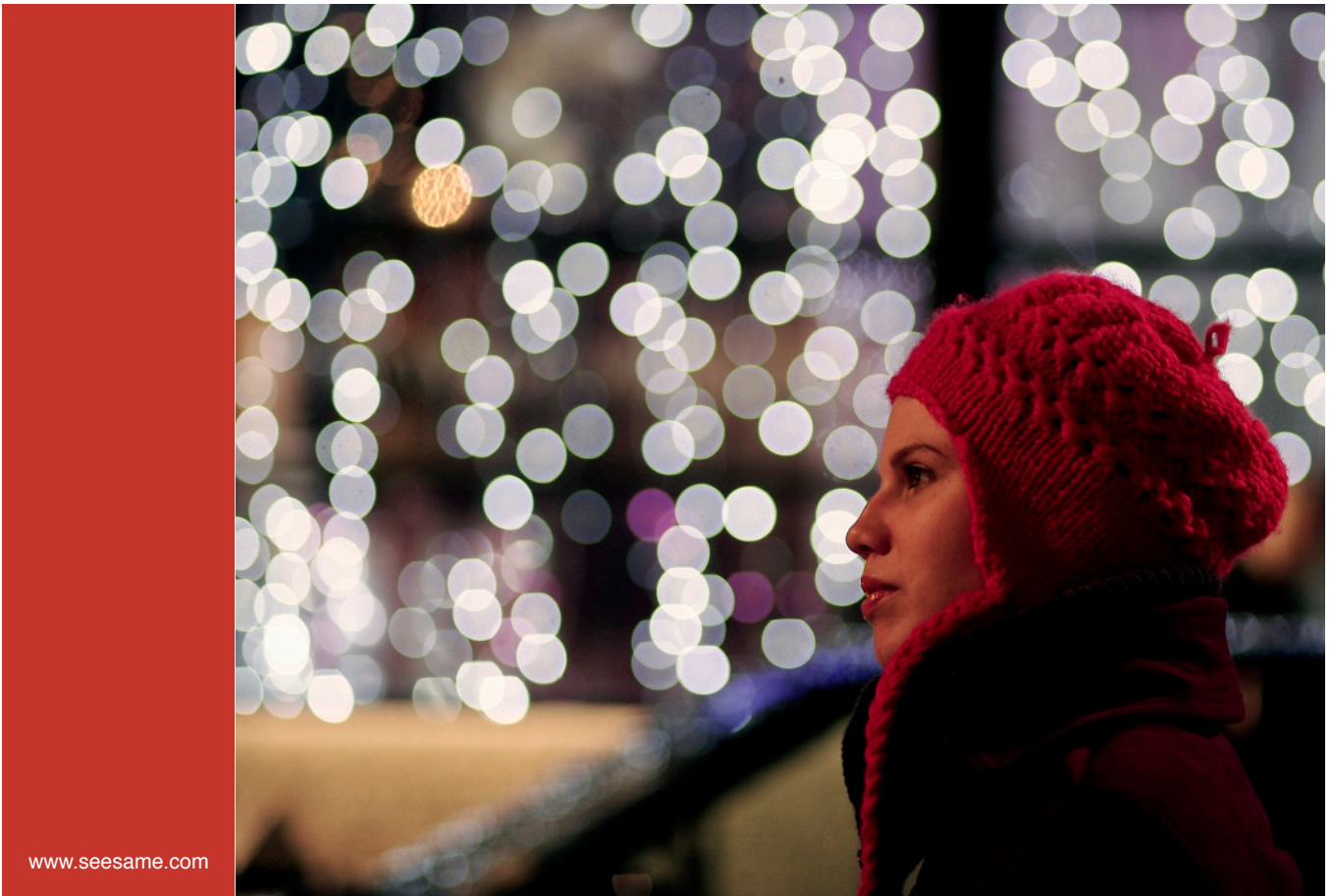


SEESAMEPROKOP'10

25. január 2010



www.seesame.com

**Pozrite sa s nami na najúspešnejšie
projekty minulého roka...**



SEESAME
COMMUNICATION EXPERTS



Aj vďaka mediálnym aktivitám a osvete došlo v roku 2009 k medziročnému zvýšeniu počtu liečených pacientov s Alzheimerovou chorobou o 33 %.

Kampaň vytvorila skutočnú alianciu – lekárov, opatrovateľov, novinárov aj verejne známych osobností.

Informačná kampaň: Alzheimerova choroba a potreba skorého záchytu ochorenia

starobanaruby.sk

Názov práce:

Komunikácia témy Alzheimerovej choroby a potreby skorého záchytu ochorenia

Prihlasovateľ:

SEESAME Communication Experts

Kategória:

Business to Business PR a Business to Consumer PR

Súhlas klienta:

Spoločnosť Lundbeck Slovensko s.r.o. súhlasí so zaradením projektu do súťaže.

Kontaktná osoba:

Adriana Švarcová, svarcova@seesame.com,
+421 2 43 42 29 78

Zhrnutie projektu

Z pohľadu zdravotných, sociálnych a ekonomických dopadov na pacientov, ich rodinných príslušníkov aj opatrovateľov sa Alzheimerova choroba (ACH) stáva čoraz vážnejším celospoločenským problémom, navyše s negatívnou prognózou vývoja do budúcnosti. Podľa dostupných údajov trpí v Európe Alzheimerovou chorobou

6,1 milióna ľudí a odhaduje sa, že **do roku 2050 bude počet pacientov** s týmto ochorením **dvoj- až trojnásobný**.

Projekt komunikácie Alzheimerovej choroby cez reálne ľudské príbehy, realizovaný v rokoch 2008-2009, mal za cieľ **zvýšiť spoluprácu** príbuzných pacientov, praktických lekárov, špecialistov pri vyhľadávaní pacientov chorých na Alzheimerovu chorobu, **zlepšiť akceptáciu ochorenia** v spoločnosti a umožniť tak diagnostikovanie ochorenia už v raných štádiách. Skorý záchyt umožňuje **efektívnejšiu**

liečbu, ktorá zvyšuje kvalitu života pacienta, ale aj jeho blízkych a opatrovateľov.

Výsledky dosiahnuté v rokoch 2008 / 2009 v rozmere **zapojenia lekárov, opatrovateľov, politikov, novinárov a známych osobností**, ako aj počtu a kvality mediálnych výstupov boli významné. Komunikácia cez známe osobnosti a ich emocionálne osobné príbehy bola veľmi úspešná a ukazuje sa, že zasiahla mnohých ľudí. Štatistické údaje o medzoročnom náraste počtu liečených pacientov na Slovensku dokumentujú **úspešnosť zvolených komunikačných aktivít**, ako aj potrebu **pokračovať vo zvyšovaní informovanosti** o tomto závažnom ochorení v budúcnosti.

Popis komunikačných príležitostí a rizík, ktoré projekt riešil

Napriek výskytu Alzheimerovej choroby v mnohých rodinách je problém tohto ochorenia v slovenskej spoločnosti stále **tabu**. Dôsledkom toho je stále **nízky záchyt pacientov**, či už z dôvodu hanby z psychiatrického ochorenia alebo nedostatočnej informovanosti.

Pre médiá je téma závažného ochorenia emocionálne aj odborne zložitá a **menej atraktívna** na spracovanie, preto bolo potrebné **nájsť formu**, ktorá dá medicínskym informáciám ľudský rozmer. Prezentovanie príbehov **reálnych osobností**, navyiac mediálne známych, však predstavuje veľký zásah do súkromia a vytvára možné **riziko bulvarizácie témy**.

Informácia o výskumoch, realizovaných pred uskutočnením projektu

Vychádzali sme z telefonického **mediálneho auditu** zameraného na názory novinárov o prekážkach širšieho pokrytia témy Alzheimerovej choroby v médiách. Mali sme tiež k dispozícii prieskum, ktorý v marci 2009 realizovala medzi psychiatrami a neurológmi spoločnosť TNS, podľa ktorého sa na **prvé diagnostické vyšetrenie** k neurológovi dostane **v skorom štádiu ochorenia iba 36 % pacientov**,



Divadelné predstavenie „S mamou“



Do informačnej kampane sa aktívne zapojili aj europoslankyňa Anna Záborská (dolu) a herečka Zuzana Kocúriková (vľavo).



v prípade psychiatrov je to dokonca iba 8 %. Podľa prieskumu, väčšina pacientov prichádza k odborníkovi neskoro, čo znižuje účinok liečby.

Vysvetlenie zvoleného strategického postupu

Na dosiahnutie cieľov sme nastavili a realizovali nasledovnú stratégiu, ktorej cieľom bolo „otvoriť uši“ aj tým ľuďom, ktorí na tému ACH zatiaľ nepočúvali:

- Vybudovať alianciu zo špecialistov – psychiatrov a neurológov, praktických lekárov, pacientov a najmä ich príbuzných (známe osobnosti), a tiež zapojiť političku pôsobiacu na európskej úrovni.
- Využiť iniciatívu Európskeho parlamentu, ktorý zaradil ACH medzi priority európskeho verejného zdravotníctva.
- Prostredníctvom **medií** a on-line aktivít – webu sa sústrediť na príbuzných (deti starších ľudí, produktívna skupina) a opatrovateľov, ktorí hrajú pri diagnostike a starostlivosti dôležitú úlohu.
- Zapojiť emócie a reálne príbehy – známych ľudí (herečka Zuzana Kocúriková, dramatička Táňa Kusá) a netradičné formy – napr. divadelné predstavenie
- Zapojiť médiá prostredníctvom zážitku a vlastného vkladu – Novinárska súťaž.



Popis realizovaných fáz a aktivít projektu

September 2008: [List od Gerontopsychiatrickej sekcie Slovenskej lekárskej spoločnosti](#) smerom k lekárom prvého kontaktu

Výzva spolupracovať so špecialistami a aktívne prísť k diagnostike ochorenia – aby si všeobecní lekári všimli možné príznaky u starších pacientov a nasmerovali ich k neurológom a psychiatrom. Súčasťou zásielky bol leták do čakárni s jednoduchým testom na diagnostikovanie možných príznakov ochorenia pre príbuzných. Iniciatíva SLS bola sprevádzaná medializáciou. Projekt pokračoval druhou vlnou zasielania letákov v januári 2009.

Október 2008: Vytvorenie webstránky www.starobanaruby.sk

Informácie o ochorení a jeho príznakoch, rady pre opatrovateľov o organizácii každodenného života a starostlivosti o pacienta s Alzheimerovou chorobou a on-line poradňou, vedenou skúsenou psychiatrickou.

Marec 2009: „Dámsky klub o Alzheimerovej chorobe“

Tematická neformálna diskusia pre médiá za účasti psychiatricky MUDr. Eleny Žigovej, poslankyne Európskeho parlamentu Anny Záborskej, herečky Zuzany Kocúrikovej a publicistky a dramatičky Táne Kusej. Stretnutie ponúklo rôzne pohľady na Alzheimerovu chorobu – medicínsky, politický, umelecký aj výsostne osobný, a u novinárov sa stretlo s mimoriadne pozitívnym ohlasom. Zuzana Kocúriková aj Táňa Kusá otvorene a s viditeľnými emóciami hovorili o svojom osobnom príbehu, keď sa starali o svoje matky postihnuté Alzheimerovou chorobou.

Marec – november 2009: [Vyhlásenie novinárskej súťaže o najlepšie príspevky](#)

Motivovanie novinárov hľadať spôsoby pokrytia témy Alzheimerovej choroby vyhlásením súťaže pod záštitou Gerontopsychiatrickej sekcie Slovenskej lekárskej

spoločnosti. Porotou boli členky vyššie zmieneného Dámskeho klubu.

Máj 2009: Spoločná návšteva divadelného predstavia „S mamou“ v SND pre médiá

Divadelná hra [S mamou](#) dramaturgičky Táni Kusej je emotívnym umeleckým spracovaním jej skúsenosti s Alzheimerovou chorobou v jej vlastnej rodine. Návšteva predstavenia za účasti autorky a následná diskusia s hlavnými hereckými predstaviteľmi ponúkli zástupcom médií emocionálny a zároveň realistický pohľad na to, ako toto ochorenie zasiahne do života celej rodiny.

September 2009: Tlačová konferencia v spolupráci s Centrom Memory k Svetovému dňu ACH

Medializácia pri príležitosti Svetového dňa ACH sa zamerala na vytváranie Národného programu boja proti ACH a otvorenie kontaktného centra v Domove sociálnych služieb v Holíči.

Tematický deň v Slovenskom rozhlase

Súčasťou mediálnych aktivít bol tematický deň v Slovenskom rozhlase, venovaný Alzheimerovej chorobe. Téma sa redaktori SRo venovali počas celého dňa rôznymi formami – dva dopoludňajšie vstupy s anketou medzi ľuďmi, rozhovor so psychiatrickou v popoludňajšom bloku, odvysielanie rozhlasovej poviedky S mamou (predloha divadelnej hry) a diskusia s odborníkmi v relácii Nočná pyramída.

December 2009: [Vyhlásenie víťazov novinárskej súťaže a zverejnenie víťazných príspevkov na](#)

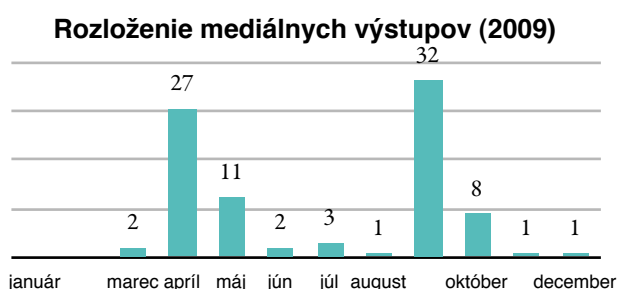
www.starobanaruby.sk

Do užšieho výberu bolo nominovaných 12 príspevkov vo forme tlačených článkov, on-line príspevkov, televíznych a rozhlasových reportáží. Porota udelila jedno prvé, jedno druhé a dve tretie miesta.

Prehľad dosiahnutých výsledkov

Vytvorenie skutočnej aliancie – osobné a emocionálne zapojenie lekárov, opatrovateľov, neziskového sektora, známych osobností do iniciatívy.

Rozloženie spracovania témy Alzheimerovej choroby na obdobie celého roka a **dvojnásobný počet relevantných výstupov** v porovnaní s rokom 2008.



Zvýšila sa kvalita mediálnych výstupov – od informovania o hlavných príznakov ochorenia sa mediálne výstupy venovali viac reálnemu dopadu ochorenia na život pacienta a jeho rodiny a apelovali na potrebu skoršej liečby.



Na základe údajov od spoločnosti IMS Health predstavuje medziročný nárast **liečených pacientov s týmto ochorením za rok 2009 33 %**, pričom nedošlo k inej vážnejšej zmene v liečebných postupoch a na trhu, ktorá by mohla byť príčinou tohto nárastu. Výsledky hĺbkových prieskumov budú známe v polovici roka 2010.