

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Nádorem prostaty onemocní v ČR každý den 20 mužů, čtyři denně zemřou. Rakovinou tlustého střeva onemocní denně 22 mužů, šest zemře. Rakovinu varlat diagnostikují lékaři 400 mužům ročně. Jedním z nich byl i olympionik Petr Koukal. Chtěl bojovat, hledal informace. Ale zjistil, že nejsou dostupné; že mužské zdraví je společenské tabu. Projektem „STK pro chlapy“ se to rozhodl změnit. Založili jsme Nadaci Petra Koukala a vytvořili komunikační plán. V jeho rámci sportovec, který nemoc přemohl, přednášel po celé ČR pro 2000 středoškoláků. Rozdali jsme 5000 edukačních brožur. Videoklip Gabriely Soukalové „Chci chlapa po STK“ vidělo na YouTube asi 165 000 lidí, další desítky tisíc na všech důležitých zpravodajských portálech v ČR. Se zmínkou o „STK pro chlapy“ vyšlo 120 článků. Reportáží v Událostech ČT a rozhovorem na ČRo Radiožurnálu kampaň vrcholila. Projekt začal jako start-up bez finančních prostředků. Za rok se etabloval natolik, že získal silné partnery; rozvoj v roce 2016 ještě posune jeho výsledky. 13 mužů nám napsalo: Na základě „STK pro chlapy“ jsme se nechali vyšetřit; včasný nález nám zachránil život.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Oblast mužského zdraví je v médiích i ve společnosti tabu. O rakovině varlat se dospívající muž nedozví většinou nic; ani od otce ani od kamaráda. Tato nemoc ohrožuje především muže od 15 do 40 let. Přitom zažitá představa je jiná: chybně považuje rakovinu varlat za nemoc seniorů, případně dlouholetých kuřáků. Toto onemocnění je navíc vnímáno jako stigma; odkládá to léčbu a zvyšuje rizika, včetně úmrtí. Zásadním omezením projektu byl rozpočet; neumožňoval nákup inzerce a kampaň tak stála výhradně na osobním angažmá Petra Koukala a návazných PR aktivitách.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Dle provedené mediální analýzy byla medializace tématu před spuštěním projektu téměř nulová. Přestože má občan nárok absolvovat preventivní prohlídku každé dva roky, dle průzkumu VZP této možnosti využívá jen 30–40 % obyvatel.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Životní příběh badmintonisty a olympionika, který úspěšně absolvoval léčbu rakoviny varlat a ještě se vrátil do vrcholového sportu, se stal pilířem projektu. Jako nejefektivnější se ukázala přímá komunikace Petra Koukala s neohroženější cílovou skupinou. Ta se dle zkušeností lékařů zajímá o své zdraví méně než o technický stav svého auta. Na této metafoře jsme komunikaci postavili. Srozumitelným jazykem a s pomocí automobilové hantýrky jsme zbavovali strachu z lékařských prohlídek. Riziky v komunikaci s dospívajícími jsou zejména stud a strach z nemoci. Komunikace proto měla pozitivní ladění; důraz byl na prevenci, která vede k minimalizaci rizik. Ani případný včasný nález nebrání návratu do aktivního života.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Na konci roku 2014 jsme provedli analýzu stávající medializace tématu. Po diskuzi s odbornými guaranty, prof. MUDr. Lubošem Petruželkou, CSc., a prof. MUDr. Tomášem Hanušem, DrSc. jsme stanovili strategii. V lednu – březnu 2015 vznikl web stkprochlapy.cz a ve spolupráci se studenty LF UK se zrodila edukační brožura „Manuál pro údržbu chlapa“. Od dubna do prosince jsme ve spolupráci se studenty medicíny zorganizovali sedm přednášek Petra Koukala a dvě prezentace na letních festivalech. Vyvrcholením kampaně byl říjnový videoklip biatlonistky Gabriely Soukalové „Chci chlapa po STK“. Součástí kampaně byl i soustavný media lobbying. Video:<http://bit.ly/1rfcqXa>

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Přímo na přednáškách jsme oslovili 2000 středoškoláků, rozdali jsme téměř 5000 edukačních brožur. Videoklip Gabriely Soukalové „Chci chlapa po STK“ vidělo na YouTube asi 165 000 lidí a další desítky tisíc na webech iDnes.cz, iSport.cz, Aktuálně.cz, Týden.cz, Deník.cz, Novinky.cz, TN.cz atd. Se zmínkou o STK pro chlapy bylo publikováno přes 120 článků, včetně reportáže v Událostech ČT či rozhovoru na ČRo–Radiožurnál. 13 mužů nám napsalo, že se na základě kampaně nechali vyšetřit s pozitivním nálezem a následná léčba byla úspěšná. Petr Koukal se stal „mluvčím“ v oblasti mužského zdraví; to již není pro média i veřejnost takové tabu. Díky medializaci a získaným partnerům bude projekt pokračovat ve výrazně širší podobě i v roce 2016.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#)