

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Revmatoidní artritida (RA) je závažné autoimunitní onemocnění, které postihuje klouby. V ČR trpí tímto onemocněním 85 tisíc pacientů nejčastěji ve věku 35 – 50 let. I když jde o nevyléčitelnou nemoc, je pro kvalitu života pacientů zásadní začít s biologickou léčbou včas. Primárním cílem projektu bylo zvýšit povědomí o RA a její včasné léčbě. Sekundárním cílem bylo pomoci patientské organizaci ve vyjednávání se zdravotními pojišťovnami. Pro tento projekt se spojily dvě neziskovky (Ústav lékového průvodce a Revma liga ČR) za garance České revmatologické společnosti ČLS JEP. Kampaň podpořili dva výrobci biologické léčby (Pfizer, Abbvie) a projekt dostal grant MZ ČR. Realizátorem kampaně byla agentura Medica Healthworld. Kampaň prostřednictvím krátkých videí ukazovala, jaké to je žít s tímto onemocněním. Zajímavé osobnosti mladé herecké generace, vyzývaly kolegy, aby plnili úkoly v simulátoru RA (rukavice). Tato videa jsme zveřejňovali na sociálních sítích. Velký obdiv a ocenění zaslouží pacienti, pro které to byla velká zkušenost. Domníváme se, nám podařilo vystihnout a účinně demonstrovat složitost života s RA.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Velkou komunikační příležitostí byl fakt, že se nám podařilo získat simulátor RA, který nabízel kreativní uchopení kampaně.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

V kampani jsme chtěli ukázat, jaké to je žít s nemocí každodenní život. Chtěli jsme, aby kampaň byla zajímavá a měla virální potenciál. Jakub Žáček, co by průvodce kampaně, oslovil herečku Janu Plodkovou, aby se s rukavicemi simulujícími ztuhlost kloubů nalíčila. Vše natáčel malý štáb a výsledné video putovalo na Youtube a Facebook. V závěru videa Jana Plodková vyzvala kolegyni Evu Pazderkovou, aby se také ona poprala s nemocí. Iva Pazderková vyzvala Jiřího Vyoraláka, Jiří Vyoralák vyzval Petra Čtvrtníčka, Petr Čtvrtníček Danu Drábovou. Kampaň neměla dopředu stanovený scénář. Vše záleželo na herci, koho vyzve. Zároveň s oslovenými herci jsme vyzvali facebookové fanoušky, aby i oni zvedli hrozenou rukavici a nasadili si nějakou alespoň na chvíli, vyfotili se s ní a fotku „postlil“ na facebookovou stránku Revma výzva.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Přípravná fáze probíhala společně s pacienty a lékaři. Cílem bylo připravit sadu schválených textů s tématem včasné léčby, harmonogram natáčení a vytvořit vizuál kampaně. První fáze (laická veřejnost) - jako první hrozenou rukavici zvedla Jana Plodková a její video odstartovalo tiskovou konferenci pořádanou u příležitosti Světového dne artritidy 7.10.2015 v Café Louvre na Národní třídě v Praze. Současně s tím byl spuštěn Youtube kanál, facebooková stránka Revma výzva a microsite www.revmavyzva.cz, kde byly umístěny další informace o nemoci. V průběhu října byla natočena další videa: Iva Pazderková, která s RA upletla Jakubovi šálu, vyzvala Jiřího Vyoraláka, aby zahrál na kytaru. Ten po nejistém výsledku raději vyzval Petra Čtvrtníčka, který se rozhodl s RA poobědvat. Ani tento pokus však nedopadl nejlépe a rozhořčený Petr Čtvrtníček vyzval Danu Drábovou, aby rukavicí simulující RA rozbila atom. Předsedkyně Státního úřadu pro jadernou bezpečnost odmítla podstoupit tento experiment, nicméně se pokusila alespoň podepsat svým zaměstnancům zvláštní dovolenou. Vedle facebookových fanoušků se ke kampani přihlásila i skupina Tatabojs, která se pokusila v rukavicích složit Rubikovu kostku. V listopadu byl projekt podpořen outdoorovou mini kampaní (plakáty v MHD v Praze a Brně, billboardy, především v blízkosti zdravotnických institucí). Kampaň byla završena 18. listopadu benefičním představením pro pacienty. Druhá fáze (odborná veřejnost) – spočívala v přípravě dokumentu, ve kterém pacienti deklarují potřebu včasné léčby (White paper), a v publikaci série článků a rozhovorů v odborných médiích. Dokument pacienti veřejně prezentovali na odborném semináři a navíc se pacientům podařilo své požadavky přednést na Pacientské radě VZP. Video o kampani: <https://www.youtube.com/watch?v=LJUdjo47Cag>

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

V médiích zaznělo téma v 63 případech (ČT, TV Nova, LN, Právo, Medical Tribune, AM Review, Zdravotnický deník...). Na sociálních sítích jsme dokázali přitáhnout pozornost k RA a vzbudit o ní živý zájem (diskuze, vzkazy, vlastní fotografie s rukavicemi). Krátká videa byla celkem 27 350 shlédnuta, 4 300 osob navštívilo microsite a 1 700 lidí se stalo během dvou měsíců fanouškem stránky Revma výzva. Diskuze s pojišťovnami o včasné léčbě je nyní bohatší o hlas pacientů. Pro pojišťovny a státní autority je to jasný signál, že pacienti jsou schopni přihlásit se o svá práva.