

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

9 proti kolapsu zdravotnictví

Projekt byl navržen a proveden pro:

13 klíčových organizací v oblasti poskytování zdravotní péče

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing Public Relations, s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

Komunikační nástroje:

III.8 Digital & social media – digitální komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Martin Jaroš

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Nemocnice, hlavně ty regionální, a domácí péče se v polovině roku 2019 ocitly v existenčních problémech. Nedohodly se s pojišťovny na úhradové vyhlášce pro rok 2020 a kvůli nedostatečnému rozpočtu hrozilo, že budou muset omezovat péči – dále rušit lůžka a zavírat celá oddělení. Projekt měl zvrátit postoj Ministerstva zdravotnictví, které měl přimět k dalším jednáním o rozpočtu.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

V polovině roku 2019 se poprvé v historii České republiky nemocnice a další poskytovatelé zdravotní péče nedohodli se zdravotními pojišťovny na úhradách (financování) pro další rok (2020). Podle ředitelů nemocnic, lékařů, sester, patientských organizací, ale i poskytovatelů domácí péče hrozilo reálné nebezpečí, že pokud stát nepřidá do zdravotnictví na rok 2020 více prostředků, bude to mít vážný dopad na pacienty v podobě omezení dostupnosti zdravotní péče. Cílem projektu bylo donutit Ministerstvo zdravotnictví, respektive vládu, aby se problémem podfinancování zdravotní péče prioritně zabývala a zajistila adekvátní navýšení rozpočtu na rok 2020.

**Strategie:**

Otevřeně ukázat široké veřejnosti problémy a reálný stav českého zdravotnictví. Sjednotit zdravotníky a poskytovatele zdravotní péče a přesvědčit je, aby společně otevřeně a bez obalu hovořili o skutečnostech, které byly doposud pacientům zatajovány, nebo se o nich minimálně nemluvilo. Ukázat médiím a veřejnosti odvrácenou tvář zdravotnictví. Prostřednictvím drsných reálných osobních příběhů dokázat, že pokud se přístup politiků nezmění, zdravotní péče začne kolabovat. Zalarmováním veřejnosti a medializací skutečných problémů vytvořit tlak na vládu, aby situaci řešila.

**Nástroje a aktivity**

Celkem 13 klíčových organizací v oblasti poskytování zdravotní péče (Asociace českých a moravských nemocnic, Česká lékařská komora, Svaz pacientů ČR, Odborový svaz zdravotnictví a sociální péče, Charita ČR a další) se sjednotilo do tzv. Krizového štábu 9 proti kolapsu zdravotnictví (9 % HDP pro zdravotnictví). Ten dostal jasnou identitu (název a logo), pro komunikaci se vytvořil speciální web a profil na Facebooku, kde byla celá problematika srozumitelně prezentována.

Kampaň odstartovala tiskovou konferencí, na níž byl prezentován drsný POV videoklip. Ten upozorňuje z pohledu pacienta hledajícího v nemocnici první pomoc na problémy nemocnic. Pacient kvůli nedostatku personálu kolabuje. V závěru klip odkazuje na web Krizového štábu, kde je celá situace detailně popsána. Klip byl šířen prostřednictvím PPC kampaní a reklamy na Facebooku mezi veřejnost. Současně Krizový štáb během čtyř týdnů pravidelně prezentoval médiím stav a konkrétní problémy regionálních nemocnic, které navštívil.

**Výsledky:**

Video s proklikem na web 9pkz zaznamenalo během jednoho měsíce více než 1,6 milionu zhlédnutí, více než 12 tisíc sdílení a přes 35 tisíc reakcí. Vzbudilo zájem médií a Ministerstvo zdravotnictví bylo nuceno jednat. Problému se chopil osobně premiér Andrej Babiš a proběhla řada jednání se zástupci Krizového štábu. Výsledkem bylo, že ministerstvo přidalo do rozpočtu zdravotnictví 13 miliard.

**Weblinky:**

[www.9pkz.cz](http://www.9pkz.cz), <https://www.facebook.com/9protokolapsuzdravotnictvi/>,  
[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=22&v=wC5aKx8bVwQ&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?time_continue=22&v=wC5aKx8bVwQ&feature=emb_logo), <https://bit.ly/2wceION>