



14. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2021.

Grand PRix za odnose s javnošću u ustanovama, udruga i nevladinim organizacijama

Manjgura d.o.o. za udruge pacijenta za Sve za nju, Koalicija udruga u zdravstvu (Onkologija.hr)

Rakoborci - Hrvatska protiv raka: kampanja za usvajanje Nacionalnog okvira protiv raka (NSOPR) 2020 - 2030.

Projekt je realiziran u razdoblju 25.10. do 15.12.2020.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: COVID-19 obilježio je 2020., no rak je s oko 14.000 umrlih/god, ostao vodeći hrvatski javnozdravstveni problem. Nepostojanje sustavne strategije za prevenciju i liječenje raka, uz poznate boljke javnozdravstvenog sustava, pozicioniralo je Hrvatsku među najgorih pet zemalja po stopi preživljavanja. Još 2009. Sabor definira rok od godine dana za donošenje Plana protiv raka. Otad se izmijenilo pet vlada, a od raka preminulo više od 150.000 osoba. Pred agenciju je postavljen cilj: usvajanje NSOPR do kraja 2020. (manje od 2 mjeseca!) +, za kada je bilo najavljeno predstavljanje i Europskog plana protiv raka.

Ciljevi: Opći cilj je usvajanje NSOPR do kraja 2020., kako bi Hrvatska zadržala mogućnost korištenja namjenskih EU sredstava za borbu protiv raka, te kako bi se stvorila podloga za konkretne reforme koje će u idućih 10 godina rezultirati smanjenjem broja oboljelih i preminulih od raka. Specifični ciljevi: podrška tijela izvršne i zakonodavne vlasti, predstavljanje teme kao nadstranačke – uključivanjem što više različitih političkih opcija šalje se poruka važnosti usvajanja strategije da borba protiv raka ne služi za skupljanje političkih poena, već zahtijeva podršku koja nadilazi mandat jedne vlade, zastupljenost teme u medijskom i javnom prostoru usprkos pandemiji, vidljivost argumentiranih odgovora na potencijalne kritike, dugoročna održivost platforme za potrebe komunikacijske podrške provedbi NSOPR-a

Provedba: Javnim apelima donositeljima odluka kroz platformu hrvatska protiv raka (predstavlja oko milijun pacijenata i njihovih najbližih) odlučili smo vratiti problem visoke smrtnosti od raka u javni i medijski prostor te repositionirati pacijente u procesu donošenja odluka o zdravstvu. Maksimalno smo koristili snagu društvenih mreža i angažman običnih ljudi budući da rak ne bira društveni, obrazovni i imovinski status. Za potrebe angažmana svih društvenih skupina izrađeni su digitalni šalabahteri s popisom aktivnosti kojima svatko može pridonijeti borbi protiv raka. O aktivnostima platforme Hrvatska protiv raka kontinuirano su informirani i brifirani opći i specijalizirani mediji, a svaka aktivnost je popraćena na web i facebook stranica platforme. U dijeljen sadržaja i poruka uključuju se i druge udruge u zdravstvu, mediji, građani, političari uključujući i europarlamentarne zastupnike. Tijekom 51 dana kampanje poslana su tri priopćenja, uspostavljena dvosmjerna komunikacija s ključnim dionicima i predstavnicima medija te objavljeno 35 različitih sadržaja na Facebook stranici Platforme. Digitalnim i klasičnim putem poslala sveukupno 462 pisma, ne računajući medije.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: NSOPR u prosincu 2020. usvaja prvo Vlada RH, a potom jednoglasno Sabor; unutar 72 sata od obraćanja povratno su se javili i tražili dodatne informacije, dali javnu podršku, predstavnici različitih političkih opcija; tema je kroz 51 dan kampanje bila zastupljena s gotovo 200 medijskih objava. Na dan usvajanja obrađena je u svim središnjim informativnim emisijama nacionalnih tv i radijskih kuća, nema zabilježenih negativnih objava na temu NSOPR-a, usvajanja i provedbe; hrvatskaprotivraka.hr nastavila se razvijati, a istoimenoj Facebook stranici raste broj pratitelja i organski doseg.

Kreativnost i inovativnost: Umjesto na dokumentu, fokus je na ishodima NSOPR-a. ozbiljnu i tešku administrativnu temu približili javnosti kroz pamtljivo rješenje i poruke s kojima se mogu identificirati sve skupine; uz slogane Hrvatska protiv raka i 5 koraka koriste call to action izraze Budimo rakoborni te Postani rakoborac.