

LIDER ROKU 2023

W OCHRONIE ZDROWIA



DZIAŁALNOŚĆ
EDUKACYJNO-
-SZKOLENIOWA

Inwestycja w zdrowie społeczne

Rozmowa z **Katarzyną Urbańską**, dyrektor działu komunikacji korporacyjnej i public affairs w Servier Polska

„Servier dla Serca” to profilaktyczno-edukacyjna kampania organizowana przez firmę Servier Polska od 2003 r. To już 20 lat! Ale zacznijmy od początku – skąd wziął się pomysł na tę akcję?

Dwadzieścia lat temu, kiedy powstała idea ogólnopolskiej kampanii profilaktyczno-edukacyjnej „Servier dla Serca”, świadomość zdrowotna polskiego społeczeństwa była zupełnie inna niż obecnie. Wiedza na temat znaczenia profilaktyki oraz właściwego stylu życia jako istotnych czynników pozwalających zmniejszyć ryzyko sercowo-naczyniowe nie była jeszcze dostatecznie upowszechniona. Startując z kampanią, zaczynaliśmy tak naprawdę od podstaw. Był to niezwykle inspirujący czas – pasja przeplatała się z ogromnym zaangażowaniem wielu osób, działających wspólnie w jednym celu. Nasz pomysł na kampanię był ambitny. Chcieliśmy dotrzeć do ludzi w Polsce – nie tylko do dużych miast, ale przede


wszystkim do małych miejscowości, aby wyrównać szanse w dostępie do rzetelnej wiedzy medycznej i bezpłatnych badań profilaktycznych. Dysponowaliśmy wiedzą i funduszami pozwalającymi nam na podjęcie tego wyzwania. Mieliśmy duże szczęście trafić w tamtym czasie na naszego przyszłego partnera, który identyfikując się z misją kampanii, zapewnił realizację niesłychanie skomplikowanej logistyki. Dzięki temu nasze marzenie o kampanii mogło stać się faktem. 2003 r. był pierwszym, w którym Mobilna Poradnia Kardiologiczna Servier wyruszyła w Polskę. Dziś, po dwudziestu



foto: Sławomir Zieliński

latach, kampania „Serwier dla Serca” jest nadal konsekwentnie realizowana.

Praktycznie od początku wszystkim, którzy uwierzyli w ideę tej inicjatywy, towarzyszyło przekonanie, że możemy naprawdę mieć wpływ na zdrowie i jakość życia ludzi poprzez edukację, co stało się głównym motorem naszych działań i źródłem satysfakcji. Budowaliśmy kampanię od zera, a naszym priorytetem od początku było jak najlepsze jej przygotowanie merytoryczne. Przez wszystkie edycje wspólnie z ekspertami pracowaliśmy nad kształtowaniem przekazu edukacyjnego, tworząc materiały zrozumiałe i angażujące różne grupy odbiorców. Od samego początku uważaliśmy bowiem, że to właśnie część edukacyjna projektu będzie odgrywała ważną rolę. Wielokrotnie widzieliśmy, że rozmowa z lekarzem, pielęgniarką, którzy są do dyspozycji odwiedzających naszą mobilną Poradnię Kardiologiczną Serwier, jest niezwykle wartościowa. Uświadamia, jak ważne jest eliminowanie czy też kontrolowanie czynników ryzyka,



Choroby układu sercowo-naczyniowego są najpoważniejszym problemem zdrowotnym, wciąż zajmując niechlubną pierwszą pozycję wśród najczęstszych przyczyn zgonów w Polsce

stosowanie się do zaleceń lekarskich i zdrowy styl życia. Dopelnieniem tych działań jest możliwość przeprowadzenia bezpłatnie podstawowych badań profilaktycznych.

Na czym dokładnie polega kampania „Serwier dla Serca”?

Od początku towarzyszy jej determinacja i głębokie przekonanie, że edukacja oraz kształtowanie świadomości społecznej to właściwa droga do podnoszenia jakości życia. Każdego roku oferujemy bezpłatne badania i specjalistyczne konsultacje lekarskie mieszkańcom polskich miast. Umożliwiamy wykonanie pomiaru ciśnienia tętniczego, stężenia glukozy i cholesterolu we krwi oraz wskaźnika BMI. W przypadku nieprawidłowości w wynikach pacjent ma zapewnioną specjalistyczną konsultację kardiologiczną oraz badania EKG lub ECHO serca. Dystrybuujemy materiały edukacyjne, które w przystępny sposób przybliżają istotne informacje na temat chorób układu sercowo-naczyniowego oraz ich profilaktyki. Aby skutecznie docierać do społeczeństwa z ważnym przekazem, jakim jest potrzeba wykonywania regularnych badań profilaktycznych, co roku akcji to- »

» warzyszą dodatkowe aktywności, między innymi wysyłanie bliskim kartek pocztowych zachęcających do zdrowego trybu życia czy wykłady lekarzy specjalistów na temat chorób układu sercowo-naczyniowego i ich profilaktyki. Niektórym edycjom towarzyszyły wyjątkowe wizualizacje, wśród nich kilkumetrowa konstrukcja, która przedstawiała budowę ludzkiego serca. Pozwalają one w bezpośredni i bardzo obrazowy sposób pokazać, jak działa serce i układ sercowo-naczyniowy oraz jak ważne jest, by świadomie dbać o swoje zdrowie.

Osobom, które nie mogą skorzystać ze stacjonarnych bezpłatnych badań w danym mieście, oferujemy usługi Wirtualnej Poradni Kardiologicznej Servier. To platforma teleinformatyczna, umożliwiająca skorzystanie z bezpłatnych konsultacji kardiologicznych w formie teleporady, czatu lub wideocztu. Dodatkowo, każda zarejestrowana osoba może skorzystać z bezpłatnych profilaktycznych badań laboratoryjnych, realizowanych w punkcie diagnostycznym znajdującym się najbliżej miejsca zamieszkania. Kampanii towarzyszy strona internetowa www.dbajoserce.pl oraz profil na Facebooku, które stanowią wsparcie edukacyjne i motywują do wdrażania i utrzymania zdrowego stylu życia.

Jakie są efekty kampanii?

Przez dwadzieścia lat Kardiologiczna Poradnia Servier przejechała ponad 90 tys. km, zatrzymując się

Przed nami wciąż dużo pracy nad uświadamianiem znaczenia zdrowego stylu życia i jeszcze więcej: aby ta świadomość zaowocowała zmianą nawyków żywieniowych, tych dotyczących aktywności fizycznej czy rezygnacji z używek

AKCJA „SERVIER DLA SERCA”

organizowana jest nieprzerwanie od 2003 r. Jej celem jest podnoszenie świadomości społecznej Polaków w zakresie czynników ryzyka chorób układu sercowo-naczyniowego i zagrożeń z nimi związanych poprzez ofertę bezpłatnych badań profilaktycznych uzupełnioną o działania edukacyjne.



w ponad 120 miastach – w wielu z nich kilkukrotnie. Działaniami edukacyjnymi zostało objętych ponad 200 tys. osób, a z bezpłatnych badań skorzystało ponad 50 tys. pacjentów. To bilans 20 lat konsekwentnie prowadzonych działań. Idee kampanii „Servier dla Serca” upowszechniamy nie tylko za pośrednictwem osób odwiedzających Namiot Edukacyjny czy mobilną Poradnię Kardiologiczną Servier, ale także dzięki artykułom w gazetach, programom telewizyjnym i audycjom radiowym, dzięki którym ludzie dowiadują się, jak duże znaczenie ma zdrowy styl życia i decydują świadomie wziąć odpowiedzialność za kondycję swojego serca.

Dlaczego akurat profilaktyką chorób sercowo-naczyniowych zainteresowała się firma Servier?

Choroby układu sercowo-naczyniowego są najważniejszym problemem zdrowotnym, wciąż zajmując niechlubną pierwszą pozycję wśród najczęstszych przyczyn zgonów w Polsce. Dlatego tak istotne jest skoncentrowanie działań wielu środowisk, systematyczne zwiększanie świadomości zdrowotnej oraz kształtowanie zachowań prozdrowotnych Polaków już od najmłodszych lat. Według danych Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) choroby układu sercowo-naczyniowego są przyczyną ponad połowy przedwczesnych zgonów w Europie. Sytuacja w Polsce jest podobna. Dlatego w kampanii „Servier dla Serca” stawiamy sobie za cel edukację społeczeństwa i uświadomienie Polakom, że profilaktyka naprawdę



foto: Servier Polska



foto: Servier Polska

zmniejsza ryzyko wystąpienia chorób serca. Od kilku lat edukujemy na temat nadciśnienia tętniczego, czyli jednego z najczęściej występujących czynników ryzyka sercowo-naczyniowego, które bez odpowiedniej kontroli może doprowadzić do groźnych powikłań, takich jak m.in. zawał serca i udar mózgu.

Co związanego z akcją „Servier dla Serca” dało pani osobiście największą satysfakcję?

Naszą poradnię odwiedzają często ludzie, którzy nigdy nie mieli niepokojących objawów kardiologicznych, a ich wizyta wynika niejako z ciekawości, czasem z przypadku – przechodzili obok i zobaczyli kardiobus. I nagle okazuje się, że diagnozuje się u nich zaburzenia rytmu serca czy znacznie podwyższone parametry ciśnienia tętniczego lub cholesterolu, czego nie byli świadomi. Zdarzało się, że potrzebna była natychmiastowa interwencja oraz hospitalizacja. Za tymi historiami stoją konkretne osoby i ich zdrowie. Największa satysfakcja jest wtedy, kiedy uda nam się w porę zareagować, ratując komuś życie. To daje nam ogromne poczucie sensu działań, które tak konsekwentnie realizujemy. Najbardziej zapadła mi w pamięć edycja realizowana w 2016 r. Zaangażowaliśmy się wtedy w dynamiczną inicjatywę Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego pod hasłem „Zdrowe Dzieci, Zdrowa Młodzież, Zdrowi Dorośli”. Wraz z tym pięknym partnerstwem skierowaliśmy nasze działania edukacyjne do młodego pokolenia. Dla mnie tamta

edycja kampanii „Servier dla Serca” była źródłem radości i niezapomnianych chwil. Wspominając ten czas, mam przed oczami uśmiechy na twarzach dzieci, dyskusje młodzieży i wspólne zaangażowanie ekspertów i pracowników Servier. Mam głębokie przekonanie, że to nas jednoczyło w dążeniu do wspólnego celu – zdrowego przyszłego pokolenia.

Jak długo projekt „Servier dla Serca” będzie kontynuowany?

Pomimo upływu lat nasza misja pozostaje wciąż aktualna i istotna. Cieszymy się, że nasza kampania na trwale wpisała się w kalendarz działań profilaktyczno-edukacyjnych w zakresie chorób układu krążenia. Chcielibyśmy tak długo edukować, badać i zachęcać do dbania o serce, jak długo będzie zapotrzebowanie na tego typu działania. Widzimy, jak świadomość zdrowotna Polaków zmieniła się przez te dwie dekady. To zmiany w dobrym kierunku. Natomiast niepokojące statystyki dotyczące występowania schorzeń kardiologicznych wciąż stanowią dla nas źródło motywacji do działania. To daje nam jasny sygnał, że przed nami wciąż dużo pracy nad uświadamianiem znaczenia zdrowego stylu życia i jeszcze więcej: aby ta świadomość zaowocowała zmianą nawyków żywieniowych, tych dotyczących aktywności fizycznej czy rezygnacji z używek. Wierzymy bowiem, że to realna inwestycja w zdrowie społeczne.

Rozmawiał Krystian Lurka