

# 1% dla Fundacji Hospicyjnej

Przez cały marzec i kwiecień toczyła się w mediach ogólnopolska kampania społeczna Fundacji Hospicyjnej pod hasłem „1% pełen życia”. Kampania ta (jako część większej akcji pt. „Każde życie ma swoją wartość”) miała za zadanie dotrzeć do jak najszerszej części polskiego społeczeństwa, pokazując rolę i konieczność opieki nad pacjentami chorymi nieuleczalnie.

## O co chodzi z 1%?

W tym roku po raz pierwszy w nowy sposób podatnicy mogli przekazać swój 1% organizacjom pożytku publicznego, wpisując nazwę i KRS wybranej organizacji w odpowiednich rubrykach formularza PIT. Coraz większa łatwość przekazania 1% i coraz większe potrzeby, które starają się zaspokoić organizacje charytatywne spowodowały w tym roku prawdziwą ekspansję reklam, ogłoszeń i ulotek zachęcających do wsparcia różnych fundacji.

W tym tłoku znalazła się także Fundacja Hospicyjna.

Naszym celem było wyróżnienie się spośród innych ogłoszeń, zwrócenia uwagi na potrzeby hospicjów i pokazanie odbiorcom, dlaczego warto wspierać właśnie nas.

## Jak się wyróżnić?

Zależało nam na tym, aby naszymi reklamami wzbudzić zainteresowanie, ale nie przestraszyć odbiorcy. Nie epatować cierpieniem, nie wzbudzać litości, ale pokazać ważną prawdę: że hospicjum to też życie.

Autorzy kreacji tej kampanii (Agencja Doradztwa Strategicznego RUBIKOM) prawdę o tym, że życie ma swoją wartość w każdym jego momencie, a ludzie u schyłku życia zasługują na równie godne traktowanie, jak ludzie zdrowi, przedstawili na reklamach w szczególny sposób: jako grupę przyjaciół, małżeństwo, wnuczkę z babcią, gdzie jedna osób jak gdyby się dematerializuje, widać tylko zarys jej sylwetki. Taka symbolika ma za zadanie wzbudzić w odbiorcy refleksję nad własnym życiem, ma uświadamiać, że każdy z nas może w dowolnym momencie odejść, może też dotknąć nas śmierć bliskiej osoby.

## Przełamać tabu

Temat hospicjum jest trudny, ponieważ mówi o śmierci i tę śmierć pokazuje i często jest traktowany jak tabu. Rok 2008 ma to tabu przełamać. Start kampanii zaplanowany został równocześnie z rozpoczęciem programu „Umierać po ludzku”, prowadzonego przez Fundację Agora we współpracy z naszą fundacją na łamach Gazety Wyborczej. Program ten ma za zadanie przerwać społeczne milczenie na temat śmierci, warunków umierania w różnych instytucjach i sposobów pomocy chorym u kresu życia i ich bliskim.

Dotarcie z tym ważnym przekazem nie jest łatwe. Fundacja Hospicyjna stara się realizować ten cel poprzez szereg działań medialnych. Kampania wykorzystuje wszystkie dostępne środki przekazu: cykle artykułów, spoty radiowe, reportaże i fotoreportaże z hospicjów, wielkie formaty w dużych miastach, billboardy, citylighty czy reklamę wewnątrz pojazdów komunikacji miejskiej.

W sumie w czasie kampanii reklamy ukazały się w ok. 40 tytułach gazet i czasopism, 30 stacjach radiowych, na 20 portalach internetowych, na wielkich formatach w 6 miastach, na 400 przystankach komunikacji miejskiej. Zostały rozdane także malingi do ponad 300 000 odbiorców, rozdano 1 200 000 ulotek.

Wiele z tych nośników udostępniono nam bezpłatnie lub za symboliczną „złotówkę”. Dzięki wielkiej (i charytatywnej) pomocy Agencji Public Relations TFC oraz domu mediowego Guide Line zyskałoby wielu nowych przyjaciół w mediach.

Wyniki finansowe kampanii poznamy dopiero na koniec lipca – do tego czasu Urzędy Skarbowe mają obowiązek przelać Fundacji pieniądze przekazane na jej rzecz przez podatników. Mamy nadzieję, że w tym roku pozyskamy zaufanie jeszcze szerszego grona obywateli!

*Elżbieta Nowakowska*

## Poprzednie akcje „1% dla hospicjów”

W efekcie akcji „1% dla hospicjum” Fundacja Hospicyjna zebrała w 2007 roku **1 345 364,16 zł**.

Większość tej kwoty (67%) została przeznaczona na pomoc finansową i merytoryczną dla hospicjów. Przykładem tej pomocy są wyposażone w sprzęt medyczny torby dla zespołów wyjazdowych, które otrzymało 100 hospicjów w całej Polsce.

Szósta część zebranych środków (15%) stanowiła wkład własny Fundacji Hospicyjnej w realizowany z Fundacją PZU projekt rozwoju wolontariatu hospicyjnego „Lubię pomagać”. W ramach tego projektu koordynatorzy wolontariatu z ponad 100 polskich hospicjów wzięli udział w szkoleniach, dzięki którym tworzyli i rozwijali centra wolontariatu przy swoich hospicjach.

18% środków przekazanych przez podatników zostało wykorzystane na działania statutowe Fundacji Hospicyjnej. Do tych działań wlicza się m.in. wydanie 6 numerów dwumiesięcznika „Hospicjum to też Życie” oraz opowiadającej o tytułowym założycielu gdańskiego hospicjum książki pt. „Ksiądz Eugeniusz Dutkiewicz SAC. Ojciec ruchu hospicyjnego w Polsce”.