

2011 r. – Zrób test na HIV!

Działania prowadzone w 2011 oraz kolejnym roku stanowiły kontynuację i wzmocnienie kampanii realizowanej w 2010 i 2011 roku – „Wiedza ratuje życie”.

Każdego dnia na świecie zakaża się HIV ponad 7 tysięcy osób, a około 5 tysięcy umiera z przyczyn związanych z HIV/AIDS. W Polsce tymczasem, każdego roku wykrywa się około 800 zakażeń. Od początku epidemii w 1985 roku do kwietnia 2011 odnotowano 14 474 zakażeń a leczeniem ARV objętych zostało ponad 5 162 pacjentów, w tym 135 dzieci. W 2010 roku test w kierunku HIV w punktach konsultacyjno-diagnostycznych (PKD) wykonało ponad 25 tys. osób i choć liczba wykonujących test z roku na rok wzrasta, świadomość możliwości wykonania testu nadal jest zbyt mała. **„Zrób test na HIV”** to kampania skierowana przede wszystkim do osób podejmujących ryzykowne zachowania seksualne, zachęcająca do odpowiedzi na pytanie: czy w moim życiu zdarzyło się coś, co mogło narazić mnie na zakażenie?

Kampania koncentrowała się **na promowaniu wykonywania anonimowych i bezpłatnych testów w punktach konsultacyjno-diagnostycznych (PKD)**. Materiały informacyjne rozdawane podczas kampanii podkreślały, że HIV może dotyczyć każdego. Dlatego warto rozmawiać z partnerem oraz wspólnie wykonać badania. Wiedza o drogach zakażenia pozwala na lepszą kontrolę stanu zdrowia oraz zmniejsza ryzyko zakażenia partnera lub partnerów. Kampania zwracała uwagę iż negatywny wynik testu dziś, nie chroni przed zakażeniem HIV w przyszłości. Jedynie podejmowanie bezpiecznych zachowań może zapobiec zakażeniu i chorobie.

Odbiorcami prowadzonych działań były osoby dorosłe (18-39 lat i starsze), aktywne seksualnie, odpowiedzialne za zdrowie własne oraz partnera.

Kampania „Zrób test na HIV” obejmuje kompleksowe działania reklamowe ATL, BTL oraz działania PR. Obecna była w prasie, telewizji, radiu oraz Internecie. Przekaz kampanii wzmocniły inne elementy reklamowe, takie jak ulotki, kalendarze, pakiety edukacyjne z prezerwatywą, torby bawełniane oraz koszulki.

Kreację opracowała Agencja PRACOWNIA Sp. z o.o. Wykonawcą kampanii była firma ECORYS POLSKA Sp. z o.o. Za planowanie kampanii w mediach odpowiedzialny był dom mediowy Mindshare. Działania PR prowadziła agencja BrandLab.

Honorowymi patronami akcji byli: Minister Zdrowia, Główny Inspektor Sanitarny, Wojewoda Mazowiecki, Marszałek Województwa Mazowieckiego oraz Prezydent Miasta Stołecznego Warszawy.

2012 r. – FAIR PLAY. Gram fair, używam prezerwatywy.

W 2012 roku w związku ze współorganizacją przez Polskę turnieju finałowego 14. Mistrzostw Europy w piłce nożnej UEFA Euro 2012, Krajowe Centrum ds. AIDS przeprowadziło kampanię społeczną dotyczącą profilaktyki zakażeń HIV pt. „Fair Play”.

Opierając się na aktualnych danych epidemiologicznych z Polski i Europy oraz na doświadczeniach państw, które wcześniej organizowały duże imprezy sportowe, **działania „Fair Play” skierowano do osób dorosłych (w wieku 18 – 39 lat) podejmujących ryzykowne zachowania seksualne, kibiców i zagranicznych gości**. Motyw przewodni kampanii był inspirowany zasadami sportowej rywalizacji oraz zróżnicowaniem grupy docelowej ze względu na narodowość i kulturę. Za pomocą zrozumiałej dla wszystkich, bez względu na język ojczysty, normy wartości zawartej w hasle „Fair Play” Centrum przekazywało odbiorcom następującą myśl:

Baw się dobrze w czasie Euro 2012, ale unikaj ryzykownych zachowań seksualnych.

Jeśli podejmujesz kontakty seksualne używaj prezerwatywy.

Zrób wszystko, by HIV/AIDS nie był Twoim problemem.

Powtarzające się na materiałach kampanijnych zestawienie piłki i prezerwatywy wprowadzało równowagę pomiędzy godnym zachowaniem, „czystą grą” na boisku i poza nim. Odwołanie się do symboli narodowych drużyn biorących udział w Euro 2012, a tym samym najszerzej reprezentowanych narodowości oraz przygotowanie ulotek informacyjnych w sześciu językach służyło szerokiemu zaadresowaniu kampanii.

„Fair Play” była jedną z najkrótszych (22 maja - 2 lipca 2012), ale i najintensywniejszych kampanii realizowanych przez Centrum. Obejmowała kompleks działań reklamowych w mediach audiowizualnych i drukowanych oraz wydarzenia i rozwiązania z zakresu PR służące dostarczeniu powyższego przekazu do jak największej liczby osób i skłonieniu ich do zmiany postaw – uprawiania bezpieczniejszego seksu, co w dużej mierze zapobiega rozprzestrzenianiu się HIV. Krajowe Centrum ds. AIDS starało się przeszczepić ideę „grania fair” z boiska piłkarskiego do świadomości odbiorców poprzez spot telewizyjny, spot radiowy, materiały informacyjne rozpowszechniane w prasie i w Internecie oraz billboardy. Komunikat kampanii niosły także materiały drukowane - pakiety edukacyjne zawierające prezerwatywę, ulotki, chorągiewki – dystrybuowane przez wolontariuszy w czasie „eventów” organizowanych w sąsiedztwie stadionów, „stref kibica” i „stref turystycznych”.

Centrum zwróciło się do polskich instytucji zajmujących się problematyką zdrowia publicznego o wsparcie podejmowanych działań. Z uwagi na międzynarodowy charakter Mistrzostw o współpracę zwrócono się również do ambasad.

Kampania „Fair Play” została objęta honorowym patronatem: Ministerstwa Zdrowia, Państwowej Inspekcji Sanitarnej, Wojewody Mazowieckiego oraz Marszałka Województwa Mazowieckiego.

Partnerami „Fair Play” zostali: Miasto Stołeczne Warszawa, TABOO oraz STROER out of home media. Choć większość działań kampanijnych skupiła się wokół Miast Gospodarzy, dzięki wsparciu ogólnopolskich i regionalnych mediów oraz zaangażowaniu władz lokalnych, Wojewódzkich i Granicznych Stacji Sanitarно-Epidemiologicznych „Fair Play” objęła swoim zasięgiem całą Polskę.

W kampanię włączyli się: Superstacja, 4Fun TV, Rebel TV, TV DISCO, WTK, TeDe, RTV Lubuska, TV Medica, TV 4, Superstacja, TeDe, Kinoteka, Kino Femina, Kino Muranów, RMF Maxxx Trójmiasto, Roxy Poznań, Roxy Kraków, Rozy Katowice, Czwórka Polskie Radio, Trójka Polskie Radio, Radio Eska, Radio Zachód, Polskie Radio dla zagranicy, Radio Akadera, Radio Lublin, aktywni.pl, ipla.tv, pastylka.pl, futbolnews.pl, aktywni.pl, pastylka.pl, gazeta.pl, homoseksualizm.org.pl, nasze miasto.pl, nowa gazeta.pl, malopolska.pl, akadera.bialystok.pl, kluczbork.pl, tvp.info.pl, studentka.pl, wroclowe2012.pl, gadu-gadu.pl, wp.pl, grono.net, onet.pl, moje miasto.pl, pap.pl, rp.pl, Przegląd Sportowy, Metro Warszawa, Gdańsk, Poznań, Wrocław, Tylko Piłka, Rzeczpospolita, Men's Health, Tygodnik Kibica, Magazyn Futbol.