

# Mamy wspólną misję

Fragmety wykładu Jacka Sekuły, pełnomocnika Fundacji Rozwoju Kardiologii



wspierają ich wysiłki. Życzy sukcesów i udziela swego Apostolskiego Błogosławieństwa.” Te słowa są skierowane również do Państwa.

## Misja Fundacji

W 70–80% przyczyną niewydolności serca są powikłania po zapaleniu płuc, grypie, anginie, więc na tę chorobę może być narażony każdy, bez względu na płeć i wiek. Naturalnie mają na to wpływ też inne czynniki, jak np. styl życia. Ważna jest również odporność, to, w jaki sposób przechodzimy infekcje i czy jesteśmy na nie podatni, wreszcie, czy pojawiają się powikłania. Niestety, choroby serca i układu krwionośnego są przyczyną około 50% zgonów w Polsce.

Dlatego misją Fundacji jest wspieranie rozwoju polskiej kardiologii oraz wprowadzanie do praktyki klinicznej nowoczesnych technik i technologii w zakresie leczenia serca. Do naszych zadań należy również promowanie aktywnego, zdrowego stylu życia, racjonalnego odżywiania i uprawiania sportów jako najlepszej profilaktyki chorób serca. Znakomicie w to wszystko wpisuje się również idea i misja Akuny.

## Źródła finansowania

13 listopada 2001 r. konferencją prasową w Warszawie wystartowała Kampania Marketingu Społecznego na rzecz Programu Budowy POLSKIEGO SZTUCZNEGO SERCA, realizowanego w Fundacji Rozwoju Kardiologii w Zabrze. Przez pierwsze 10 lat Fundacja przede wszystkim otrzymywała wsparcie od sponsorów. Pod koniec lat 90. nastąpił kryzys gospodarczy, wielkie firmy poupadały, co odbiło się na kondycji Fundacji; zagrożona była realizacja programu. Wtedy przeczytaliśmy mądre książki i uznaliśmy, że jest coś takiego jak marketing społecz-

Minęło już pięć lat, od kiedy Fundacja Rozwoju Kardiologii współpracuje z Akuną. W maju 2002 r. Jola Bednarkiewicz zaproponowała mi zioła. Obaj z Mariuszem Orłowskim po kilku miesiącach zobaczyliśmy, że Alveo działa. Preparat wypróbowały też nasze rodziny. Zaczęliśmy z zarządem Akuny rozmawiać o współpracy. Od początku była ogromna fascynacja samym Alveo. Byliśmy przekonani, że Alveo to świetny preparat i możemy polecić go ludziom jako coś naprawdę dobrego, że damy im zdrowie i szczęście.

To, co głęboko leży nam na sercu, to leczenie chorób serca. Fundacja Rozwoju Kardiologii powstała w tym właśnie celu. Mam nadzieję, że wysiłki w tym kierunku uznacie Państwo za celowe i godne wsparcia.

Nie wiem, czy Państwo wiecie, ale w lutym 2005 r. otrzymaliśmy list od Jana Pawła II:

**„Jego Świątobliwość otacza modlitwą wszystkich, którzy prowadzą prace nad budową polskiego sztucznego serca oraz tych, którzy**

ny; Amerykanie już to od lat stosowali. Stwierdziliśmy, że można zaproponować firmom wsparcie naszego programu po to, żeby poprawić ich wizerunek – niekoniecznie była do tego potrzebna twarz aktora, ale ważny program społeczny. Wtedy jeszcze nie byliśmy dobrze zrozumiani, prezesi firm patrzyli na nas z niedowierzaniem. Jednym z pierwszych partnerów, który powiedział, że chce się przyłączyć, była Akuna.

## Współpraca z Akuną

7 czerwca 2002 r. zawarliśmy umowę o współpracy. Jej celem jest wzajemna promocja Akuny Polska i Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii oraz wsparcie finansowe Programu Budowy POLSKIEGO SZTUCZNEGO SERCA. Ta współpraca od początku przynosiła nam obopólne korzyści. Od pierwszych miesięcy współpracy firma Akuna odnotowała stałą dynamikę wzrostu sprzedaży Alveo. Przypomnijmy, że Alveo jako jedyny produkt dystrybuowany w systemie MLM otrzymał rekomendację Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii.

## Promocja programu PSS

W ramach marketingu społecznego opracowaliśmy kilka programów, które mają rozpropagować ideę Polskiego Sztucznego Serca. Kampania Marketingu Społecznego ma na celu popularyzację Fundacji, jej sponsorów i promocję aktywnego i zdrowego stylu życia.

Przypomnę tylko kilka wydarzeń:

- „Serce masz tylko jedno” – coroczny dzień PSS w TVP 1. (Były już trzy programy. Taki program zostanie wyemitowany również w lutym przyszłego roku i nie wyobrażam sobie, żeby w tym programie nie było Akuny. Dystrybutorzy Akuny byli jego uczestnikami jako aktywna widownia w programie „na żywo”. Oglądalność – do 10 milionów widzów!)
- „Serce za serce” – coroczne koncerty w Domu Muzyki i Tańca w Zabrzu (od 1992 r.)
- „Puchar dla Serca” (dawniej Religa Cup) – masowe imprezy sportowe, promocja aktywnego stylu życia, zawody konne, rowerowe, narciarskie, biegowe, mecze piłki nożnej, itp.
- „Walentynkowe” Zakłady Specjalne LOTTO
- „Familiada” w TVP 2 – Wydanie Specjalne na rzecz PSS
- koncerty, wydawnictwa, cykle publicystyczne
- spot reklamowy w TVP: „POLSKIE SZTUCZNE SERCE – ono bije tak samo”

- aukcje dzieł artystycznych
- własna witryna internetowa [www.sztuczneserce.pl](http://www.sztuczneserce.pl) – zawiera informacje o Fundacji i promuje produkty wspierające.

## Poparcie społeczne

W sierpniu 2001 roku, kiedy startowaliśmy z ideą marketingu społecznego, zleciliśmy badania społeczne. Dotyczyły stopnia znajomości i poparcia społecznego dla projektu. Badanie przeprowadzono w ramach ogólnopolskiej ankiety na reprezentatywnej próbie kwotowej Polaków powyżej 16 roku życia.

Badania opinii publicznej wykazały, że prawie każdy dorosły Polak (93%) uważa misję Fundacji za ważną i godną poparcia (w grupie osób z wyższym wykształceniem program popiera 99%).

Zadeklarowane formy wsparcia:

- 39% – darowizny finansowe
- aż 53% respondentów jako formę pomocy zadeklarowało chęć korzystania z usług i nabywanie produktów oferowanych przez sponsorów programu.

Kolejne badania zostały zrobione w sierpniu 2006 r. przez OBOP. Okazało się, że nastąpił wzrost akceptacji o ponad 50%. Ankietowani mieli odpowiedzieć na pytanie: Czy byłby/aby Pan/i skłonny/a wspierać działalność Fundacji Rozwoju Kardiochirurgii, kupując towary oznaczone tym logo/znakiem?

Z ankiety dowiedzieliśmy się, kto najczęściej deklaruje chęć zakupu towarów oznaczonych logo, w celu wsparcia działalności Fundacji:

- osoby młode w wieku 20–29 lat, a następnie osoby w wieku 30–39 lat
- osoby stanu wolnego, jak również osoby zamężne/zonate, żyjące w konkubinacie (rzadziej osoby rozwiedzione lub owdowiałe)
- zdecydowanie osoby z miast (20–500 tysięcy mieszkańców)
- pracownicy administracji i usług, kierownicy/specjaliści, gospodynie domowe (najniższe odsetki wskazań wśród prywatnych przedsiębiorców, rolników oraz robotników)
- osoby, które deklarują, iż znają omawiane logo.

Osiągnęliśmy to, czego przez lata nie udało się osiągnąć innym fundacjom – Program Budowy Polskiego Sztucznego Serca decyzją Rady Ministrów od marca tego roku jest programem rządowym. Za realizację tego programu odpowiada dwóch ministrów – minister nauki i minister zdrowia. W dziedzinie konstrukcji,

elektroniki i materiałoznawstwa opracują to i będą nad tym czuwać instytuty naukowe, które zostały wyodrębnione poprzez przetargi, konkursy lub przez ministra nauki i na to przeznaczają się 20 milionów zł przez pięć lat. A kolejne 20 milionów będzie przeznaczane na kliniki, gdzie będzie ten program wdrażany. Nie ma cudów, tych pieniędzy będzie nadal brakowało, na pewno wszystkie instytuty będą musiały posiłkować się własnymi środkami. Nadal jednak możemy wspierać budowę PSS i ta pomoc jest bardzo potrzebna.

## Oskar Serca

Na corocznych koncertach „Serce za serce” w Zabrzu wręczone są OSKARY SERCA najwybitniejszym Przyjaciółom Fundacji. Koncerty transmitowane są przez TVP 2.

W koncertach brali udział między innymi: Placido Domingo (1992 r.), Montserrat Caballé, José Carreras (1993 r.), June Anderson (1994 r.), Michel Legrand (1995 r.), Chris de Burgh (1996 r.), Państwowy Teatr Opery i Baletu we Lwowie (1997 r.), orkiestra Oesterreichische Strauss Virtuosen z Wiednia, Cygańska Orkiestra Symfoniczna z Budapesztu (1999 r.).

AKUNA POLSKA jest laureatem OSKARA SERCA z 2005 r.

Jeszcze jedna ważna informacja: Rada Fundacji liczy 27 osób.

Rada Fundacji:

- wyznacza plany,
- akceptuje ich realizację,
- ocenia dokonania,
- kontroluje finanse przed złożeniem corocznego sprawozdania w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji.

W skład rady wchodzi właściciele, prezesi firm, naukowcy, prawnicy, prezydent miasta Zabrze. Prezesi Akuna Polska Tomasz Kwolek i Bogusław Dudzik są członkami Rady Fundacji. Dziękujemy firmie Akuna i gratulujemy wszystkim współpracownikom. Z okazji 5-lecia naszej współpracy życzymy Akunie Polska i wszystkim Dystrybutorom sukcesów do końca świata i jeszcze jeden dzień!!!

■ Opracowała Anna Szulc

foto: Katarzyna Piotrowska