

Świętokrzyski Urząd Wojewódzki w Kielcach

<https://archiwum.kielce.uw.gov.pl/pl/biuro-prasowe/komunikaty/7140,quotKochaj-zyciequot.html>

06.08.2025, 17:21

Strona znajduje się w archiwum.

"Kochaj życie"



Zaledwie 3 lata temu Wojewoda Świętokrzyski Bożentyna Pałka-Koruba prowadziła kampanię **„Kochaj Życie”**, w wyniku której z białej plamy na mapie profilaktyki raka piersi i szyjki macicy udało się wskoczyć na ogólnopolskie podium. W obliczu dzisiejszych wyjątkowo słabych statystyk województwa świętokrzyskiego w tym obszarze zdecydowano się wskrzesić akcje, powrócić do idei promocji profilaktyki i poszerzyć jej oddziaływanie. W tej edycji zaznaczony zostanie także aspekt profilaktyki w zakresie raka prostaty.

„Kochaj Życie” - kampania profilaktyczna kierowana do mieszkańców regionu świętokrzyskiego poruszać będzie równolegle problem raka piersi, nowotworu szyjki macicy oraz raka prostaty. Budowana będzie świadomość społeczna problemu w tych zagadnieniach, szczególnie potrzebna na obszarach wiejskich regionu. Kluczowym będzie uświadomienie, że wczesne wykrycie chorób we wszystkich przypadkach umożliwia całkowite ich wyleczenie.

Organizatorzy wiodący:

Wojewoda Świętokrzyski Bożentyna Pałka-Koruba

Wicemarszałek Województwa Świętokrzyskiego Grzegorz Świercz

Współorganizatorzy:

Świętokrzyskie Centrum Onkologii

Polskie Radio Kielce

Przyjaciele:

Świętokrzyskie Klub Amazonki

Oddział Świętokrzyski Stowarzyszenia Mężczyzn z Chorobami Prostaty "Gladiator"

Partnerzy:

- Enea S.A. - jedna z największych firm sektora elektroenergetycznego w Polsce, oferująca m.in. sprzedaż energii elektrycznej

- Xerox Polska Sp. z o.o. - lider w dziedzinie usług z zakresu outsourcingu druku, zarządzania dokumentami oraz producent urządzeń i systemów do druku

Patronat medialny:

Gazeta i portal Echo Dnia, TVP Kielce, Nowa TV Kielce

Opracowanie koncepcji i realizacja: wojewódzkim koordynatorem i autorem projektu Kochaj Życie jest Anna Żmudzińska, dyrektor Biura Wojewody.

Organizacja kampanii powierzona została agencji kreatywnej Naberus, która zajęła się przygotowaniem koncepcji kreatywnej działań, strategią, koordynacją wydarzeń, projektami materiałów oraz wdrożeniem.

ETAPY KAMPANII - WYDARZENIA:

26 maja (czwartek)

7.00-9.00 Przystanki i autobusy MPK.

Organizatorzy kampanii zachęcają mieszkańców do badań profilaktycznym, kolportują ulotki informacyjne, rozdają kwiaty. Wojewoda rozpocznie przejazd na Osiedlu Ślichowice (linia 46), natomiast wicemarszałek na Osiedlu Świętokrzyskim (linia 35)

15.00-16.00 Happening na Placu Artystów.

Występy muzyczne, pokazy makijażu, wystawy artystów plastyków, liczne stoiska tematyczne

27 maja (piątek)

11.00-13.00 Świętokrzyskie Centrum Onkologii

Badania cytologiczne dla pracowników ŚUW, Radia Kielce i innych mediów regionalnych.

30 maja (poniedziałek)

11.00 ŚUW - „okrągłak”

Otwarcie wystawy, na której zaprezentowane zostaną „Świętokrzyskie Amazonki”, czyli odlewy korpusów przedstawicielek Świętokrzyskiego Klubu „Amazonki”; odbędzie się także promocja tomiku poezji "Pośród Aniołów i gdzie indziej" autorstwa amazonki Czesławy Mareckiej - Pytel

31 maja (wtorek)

12.00-14.00 Świętokrzyskie Centrum Onkologii

Druga tura badań cytologicznych dla pracowników ŚUW, Radia Kielce i innych mediów regionalnych

3 czerwca (piątek)

18.00-19.00 Międzynarodowy Zlot Klubu Motocyklowego SCRC Cedzyna 2011 z paradą motocykli ulicami Kielc.

Przewidywany jest udział Ambasadora republiki Czeskiej.

W ramach kampanii odbędzie duża liczba spotkań z mieszkańcami województwa:

- 5 czerwca na spotkanie z kołami gospodyń wiejskich w Zagnańsku wybiera się wicemarszałek
- Zarówno wojewoda, jak i wicemarszałek odwiedzą niektóre z miejscowości gdzie przyjedzie cytomammbus: Opatów, Staszów, Rytwiany, Busko Zdrój
- W okresie letnim zostanie położony nacisk na festyny organizowane w małych miasteczkach i wsiach

Inicjatywy uzupełniające:

- Spotkania bezpośrednie w miejscowościach województwa świętokrzyskiego
- Współpraca z restauracjami na miejsca ze zdrowymi potrawami i nastawione na promocję profilaktyki
- Konkurs na najbardziej przyjazny gabinet

Pacjentki będą oddawały głosy na specjalnych kuponach drukowanych cyklicznie w Echu Dnia. Nagrodami w konkursie są drukarki dostarczone przez firmę Xerox oraz liczne gadżety od partnerów akcji

- 17 października obchody Światowego Dnia Walki z Rakiem Piersi

Materiały promocyjne

Oryginalny logotyp

Na potrzeby kampanii przygotowano oryginalny logotyp: serce nawiązuje do nazwy Kochaj Życie, a jego kształt do symbolu walki z rakiem - różowej wstążeczki

Plakaty 3D

Innowacyjnym elementem wizerunkowej części kampanii jest plakat wykonany w technologii 3D Flip. Umożliwiło to na

jednym nośniku umieszczenie dwóch oddzielnych obrazów, co bardziej przyciąga uwagę widza. Plakat został zaprojektowany aby przekazać przesłanie poprzez konkretną historię. Na pierwszej części uśmiechnięta rodzina i hasło „Rodzina to jedność”, poniżej znajdują się statystyki zachorowalności i umieralności na nowotwory szyjki macicy i piersi. Na drugim planie zdjęcie tylko ojca i córki, ukazuje się też nowa treść: „Rak zmienia wszystko” - dosadne stwierdzenie przełamane jest informacją o tym, że wcześniej wykryty rak jest w 100% uleczalny. W tle pojawia się też ciepły różowy kolor nawiązujący do symbolicznej różowej wstążki. Koncepcją tego plakatu jest wywołanie silnych emocji. Zaangażowanie emocjonalne odbiorcy nie pozwoli mu przejść w obojętność po zetknięciu się z przekazem, utkwi w jego pamięci i świadomości by ostatecznie osiągnąć cel naszej kampanii - zgłoszenie się na badania. Autorem zdjęć jest znany kieleckiej publiczności młody artysta Wiktor Franko.

Foldery informacyjne

Atrakcyjnie zaprojektowane foldery, w których znalazły się najistotniejsze fakty na temat kampanii oraz informacje dotyczące raka piersi i nowotworu szyjki macicy. Folder w niczym nie przypomina standardowej ulotki i dzięki temu być może nie podzieli jej losu - czyli szybkie znalezieniu się w koszu.

Apaszki w eleganckich torbach

Dla kobiet, które przeprowadzą badania w cytomammbusach przewidziany został specjalny prezent. Otrzymają one eleganckie szaliczko-apaszki w torbach z logiem kampanii. Celem jest, aby wizyta w mammbusie kojarzyła się mieszkankom świętokrzyskiego z czymś sympatycznym.

Przyciągające uwagę stoisko

Kampania będzie miała swoją odsłonę także przy okazji lokalnych festynów i dożynek. W tym celu zaprojektowano specjalne stoisko. Jego atrakcyjnym elementem jest duży stand z plakatem 3D, całość wykonana jest w ciepłych przykuwających spojrzenie kolorach z wyróżniającą się różową, kobiecą barwą. Chodzi o to aby konstrukcja nie tylko spełniła swoją praktyczną rolę, ale też przyciągała interesowała, nie pozwalała przejść obojętnie.

["Kochaj życie" - prezentacja](#)

["Kochaj życie" - spot radiowy](#)

[Regulamin konkursu na najskuteczniej realizujący programy profilaktyczne gabinet ginekologiczny](#)

Drukuj

Generuj PDF

Powiadom

Powrót
