V tomto období sme finalizovali rokovania so spoločnosťami, ktoré realizovali čiastkové zadania kampane MOST. Vzhľadom na nedostatok finančných prostriedkov sme boli nútení realizovať si väčšinu prác v procese prípravy kampane vlastnými zdrojmi. V snahe o minimalizáciu nákladov sme pristúpili s využitiu vizuálov tlačovín, inzercie, spotov a propagačných materiálov z kampane Jarné Dni srdca s aktualizáciou termínov a miest meraní. Rovnako tak sme si sami zabezpečovali nákup spotrebného materiálu pre meracie miesta, nákup cholesterolových prúžkov a odberových ihiel, rozvoz materiálov k partnerom a do škôl, až po samotný Deň srdca a postavenie hlavného stanu na Námestí SNP.
Priamo sme oslovovali aj médiá – Slovenský rozhlas a Slovenskú televíziu s ponukou na mediálne partnerstvo s poskytnutím čo najvyššej zľavy. Pri rokovaniach sme však neboli mimoriadne úspešní, nakoľko zľavy, ktoré sa nám podarilo získať nepresiahli 75%, o poskytnutí gratis priestoru nebolo možné rokovať vôbec..
Intenzívne sme komunikovali pri prípravách meracích miest s Úradom verejného zdravotníctva a jeho regionálnymi úradmi. Dokončovali sme tabuľky meracích miest, škôl, lekární a partnerov. Na základe cenových ponúk sa dolaďoval rozpočet kampane, do kalkulácií sme tiež zahrnuli aj spracovanie záznamov meraní a dotazníkov, ktoré zozbierali študenti v uliciach miest.
Dohodli sme definitívne personálne obsadenie odborných zdravotníckych posádok vo Vlakoch zdravia a vykomunikovali partnerskú spoluprácu so Železničnou spoločnosťou Slovensko a Železnicami SR o rezervácii miest vo vlakoch, zabezpečenia čítaných oznamov v rozhlasoch jednotlivých železničných staníc, v ktorých mali vlaky zastávku, vysielanie TV spotu na LCD obrazovkách na staniciach, ktoré nimi disponujú či zabezpečenie polepu vozňov plagátmi s vizuálom kampane. Železničná spoločnosť Slovensko nám v tomto roku poskytla priestor, miestenky i cestovné bez nároku na úhradu, čo pre nadáciu znamenalo úsporu takmer 300€. Vj touto cestou veľmi pekne ďakujeme.
Vj v tomto roku sme v rámci prípravy kampane tohto rozsahu bežné, uskutočnilo sa veľké množstvo telefonátov, vymenili sme si s partnermi stovky mailov. Najväčšia miera komunikácie prebehla pri zriaďovaní a vybavovaní meracích miest, keďže sa na nich podieľalo množstvo osôb v regiónoch.
Jednotlivé úlohy, ktorých finalizácia prebiehala až do samotného Dňa srdca, by sme mohli zhrnúť do nasledovných bodov:

- príprava a finalizácia tabuľky partnerov,
- príprava a finalizácia tabuľky partnerských škôl s kontaktmi a počtami študentov,
- zoznam meracích miest realizovaných VV spolu s kontaktnými osobami,
- zoznam meracích miest realizovaných RÚVZ spolu s kontaktnými osobami,
- zoznam lekární,
- definitívny mediaplán,
- uzatvorenie počtu ks pre každý druh printových materiálov,
- príprava draftu organizačno-logistických pokynov pre partnerov,
- tabuľka odporúčaného vybavenia meracieho miesta pre partnerov,
- zoznam kontaktných osôb v prevádzkach Tesco podľa partnermi nahlásených meracích miest,
- podklady na webovú stránku ku kampani,
- pripraviť, skontrolovať logá partnerov na webovej stránke,
- osloviť lekárov do Vlakov zdravia, definitívne sfinalizovať posádky,
- podľa schváleného mediaplánu zadať inzerciu,
- pripraviť text letáku na rozdávanie a jeho zalomenie,

- objednať a zadať materiály do tlače (plagáty, letáky, srdiečka),
- určiť počty tričiek a šnúrok na krk pre odborný personál v Hliadkach zdravia,
- doobjednať spotrebný materiál na meracie miesta (lancety, dezinfekčný roztok, pur-zellin, odpadové nádoby...),
- doobjednať cholesterolové prúžky podľa predpokladanej spotreby,
- pripraviť dotazníky, záznamové hárky a vzor správy z podujatia,
- pripraviť predpokladané množstvo obalového materiálu,
- vybaviť povolenie na magistráte hlavného mesta pre výstavbu hlavného stanu na Námestí SNP v Bratislave,
- dohodnúť podporné mediálne aktivity, vstupy v rádiách, TV,
- pripraviť balíky podľa objednaného materiálu na meracie miesta,
- rozposlať balíky na meracie miesta a školy, skontrolovať doručenie.

**13. september 2013**
Tlačová konferencia
Dňa 13. septembra 2013 sa v priestoroch hotela Duble Tree by Hilton uskutočnila tlačová konferencia Slovenskej nadácie srdca a Slovenskej kardiologickej spoločnosti, ktorou sa spustila kampaň MOST 2013. Kampaň začala mediálnymi aktivitami na rôznych úrovniach a vyvrcholila samotným Dňom srdca. Prítomní novinári dostali k dispozícii materiály kampane, ako aj kompletnú tlačové podklady a tlačovú správu, tiež informácie o partneroch kampane. Všetkým prítomným pri vstupe bolo na odev nalepené malé srdiečko, ktoré je symbolom kampane a dostávali ho aj občania na meracích miestach počas Dňa srdca.
Na tlačovej konferencii vystúpili nasledovní hostia:
1/ Doc. MUDr. Gabriel Kamenský – správca Slovenskej nadácie srdca, hlavný odborník MZ SR pre odbor kardiológie, hlavný koordinátor NPPOSC
2/ prof. MUDr. Ivan Rovný, MPH, MPA, - hlavný hygienik ÚVZ SR
3/ MUDr. Darina Sedláková – riaditeľka Kancelárie WHO na Slovensku
Tlačovú konferenciu spojenú s meraním základných rizikových faktorov pre novinárov moderovala Petra Bernasovská.

**01. – 15. september 2013**
Baliace a špedičné práce
Jednou z najnáročnejších úloh bolo správne zabalenie a rozposlanie všetkých edukačných, propagačných a spotrebných materiálov. Tento rok sa niesol v znamení rýchlosti a akčnosti, a preto sme využili skúsenosti a „vychytávky" z predošlých rokov na uľahčenie celého procesu. Podľa vopred pripravených formulárov na spôsob dodacích listov sa nám balilo jedna radosť.
V nemalej miere patrí poďakovanie spoločnosti DHL a ich kuriérovi, ktorý spolu s dvoma mladými študentmi – brigádnikmi poprenášali a naložili všetky balíky, ktorých bolo takmer 150, do auta a spoľahlivo a načas ich doručili na miesto určenia.

**10. - 20. september 2013**
Školenie študentov farmácie a pracovníkov zapojených lekární
Na základe požiadavky od zapojených lekární a tiež študentov, ktorí prejavili záujem o spoluprácu počas Dňa srdca, sme v spolupráci s PharmDr. Petrom Matejkom, PhD. zabezpečili zaškolenie všetkých záujemcov na prácu s meracími prístrojmi a na správne meranie tlaku krvi a biochemických parametrov z kvapky krvi.

**27. september 2013**

Deň srdca

Meracie stanice zdravého života začali svoju činnosť merania tlaku krvi, pulzovej frekvencie, obvodu pása, hmotnosti, hladiny cholesterolu od 10-tej hodiny. Súčasne vykonávali poradenstvo. Mnohí začali aj skôr, podľa požiadaviek regiónov a zriaďovateľov. Opätovne sa potvrdil veľký záujem o merania, čo sme na mnohých miestach predpokladali a patrične sme sa vyzbrojili – či už personálnym alebo materiálno-technickým vybavením.

Niektorí návštevníci prišli cielene, iní sa zastavili, aby zistili, čo sa v stane deje. Aj v tomto roku boli v Bratislave rozšírené merania (okrem merania tlaku krvi a cholesterolu), ktoré sme záujemcom poskytli, a to o možnosť merania EKG malým prenosným zariadením a o možnosť merania glykémie.

Počas celého Dňa srdca poskytovali odborné konzultácie prítomným občanom zástupcovia Slovenskej nadácie srdca, pracovníčky regionálnych úradov verejného zdravotníctva, pracovníci lekární, pedagógovia zo stredných zdravotníckych škôl, a tiež červeného kríža. V priebehu celého dňa sa v okolí meracích miest pohybovali hostesky, rozdávali okoloidúcim letáky a všetkých okoloidúcich pozývali na merania.

Celá akcia bola plánovaná do 17.00 hod., no na mnohých miestach sa pracovalo aj dlhšie vzhľadom na už spomínaný veľký záujem občanov o merania.

Ani počas Dňa srdca sme nezabudli na Vlaky zdravia s odbornými posádkami – vypravili sme ich tesne pred obedom. Zvolili sme dve trasy, ktorými cestuje veľké množstvo ľudí. Viedli z Bratislavy smerom na Košice cez Žilinu a druhá z Bratislavy do Zvolena a späť. Opäť sa potvrdilo, že táto aktivita sa stretáva každoročne s veľkým záujmom. Množstvo cestujúcich cielene vyhľadávalo vozeň, v ktorom bolo kupé rezervované pre hliadku zdravia. Lekári trpezlivo počas celej cesty merali tlak krvi a cholesterol a vyčerpávajúco odpovedali na akékoľvek otázky týkajúce sa srdcovocievnych ochorení.

Napriek určitým „chybičkám krásy“, ktoré kampaň tohto rozsahu so sebou prináša, je možné konštatovať, že Deň srdca sa vydaril, a že všetky dobre mienené rady a usmernenia odborníkov našli „tých pravých“ poslucháčov.

**<u>Kampaň MOST 2013 a Deň srdca 22. 2. 2013 v číslach:</u>**

- **22** partnerov,
- **137** meracích miest,
- **4** Vlaky zdravia,
- **36** pobočiek RÚVZ + ÚVZ SR,
- cca **20 000** občanov oslovených prostredníctvom meracích miest,
- predbežne **4668** záznamov meraní (počty meraní doručené k 31. 10. 2213),
- viac ako **15 000** informačných letákov rozdaných počas Dňa srdca,
- **1000** pozývacích plagátov na Dni srdca,
- press marketing reklama vo vlakoch (**2 522** letákov, **50** plagátov na oknách vlakov),

- vyhlasovanie oznamu v staničných rozhlasoch – v **32** mestách, v ktorých mali zastávku Vlaky zdravia,
- TV spot vysielaný na LCD obrazovkách v priestoroch **15** železničných staníc, ktorými prechádzali Vlaky zdravia.

**Mediálne aktivity**

Mediálna kampaň neodmysliteľne patrí ku kampani MOST, upozorňuje obyvateľov na Dni srdca a vyzýva ich k účasti na meraniach v nákupných centrách jednotlivých miest.

Medializácia projektu Dni srdca v rámci kampane MOST tradične prebieha na niekoľkých úrovniach, tradične v televízii, rozhlase, elektronických a webových médiách. Vzhľadom na dostupné finančné prostriedky sme pri zabezpečení mediálnej kampane pre MOST 2013 spolupracovali len s RTVS.

Začiatok mediálnej kampane bol naplánovaný na 17. septembra 2013, s obmedzením časového obdobia mediálnej podpory na 10 dní s plánovanou vyššou frekvenciou odvysielaných spotov a oznamov. Hlavnými mediálnymi partnermi kampane boli Slovenská televízia a Slovenský rozhlas.

Spoty, bannery ako aj celá mediálna kampaň, boli opäť zamerané promovanie „Kódu zdravého života“, prostredníctvom ktorého bola vyzývaná verejnosť na merania v uliciach počas Dňa srdca 27. 9. 2013 vo vybraných mestách na Slovensku.

V rámci mediálnych aktivít sa odborníci zastupujúci Slovenskú nadáciu srdca aktívne zúčastňovali relácií venovaných tejto problematike.

Boli odvysielané:

| | | |
|---|---|---|
| **TV spoty** | STV1 | - 11 spotov |
| **Rádio spoty** | Slovenský rozhlas | - 29 spotov |

**19. 12. 2013**

Zasadnutie DR a SR Slovenskej nadácie srdca

Koniec roka opäť priniesol možnosť bilancie a hodnotenia a pri tejto príležitosti sa stretli aj členovia SR a DR. Predseda SR a správca nadácie všetkých oboznámili s vyhodnotením úloh a aktivít, ktorých realizácia bola naplánovaná na rok 2013. Konštatovali, že všetky predsavzaté úlohy sa podarilo splniť. Zároveň prítomných informovali, že rok 2014 prináša nové výzvy, ktoré sa vzhľadom na nejasnú finančnú budúcnosť nadácie musíme chopiť. Ide o projekt Beh pre život, ktorý korešponduje s posolstvom kampane MOST a v nasledujúcom období je zameraný na boj proti obezite.

Prítomní boli zároveň informovaní o rozpočte a predbežných výsledkoch hospodárenia nadácie v roku 2013.