ARTYKUŁ SPONSOROWANY - AKCJA EDUKACYJNA

Grupa Adamed odpowiada na potrzeby społeczne

Polskie przedsiębiorstwa odgrywają coraz większą rolę nie tylko w inicjowaniu zmian w gospodarce, ale także w polityce społecznej. Dziś do zadań nowoczesnych firm należy więc również inicjowanie i wspieranie działań o charakterze społecznym. Przykładem organizacji, która od lat identyfikuje i odpowiada na ważne społecznie problemy jest Grupa Adamed.

Znaczenie działań prospołecznych realizowanych przez przedsiębiorstwa znalazło swój wyraz m.in. w strategicznym dokumencie Komisji Europejskiej na lata 2011--2014. Strategia UE podkreśla znaczenie społecznych praktyk w budowaniu przewag konkurencyjnych, lepszego wykorzystania potencjału innowacyjnego oraz zarządzania zasobami ludzkimi. Badania opinii publicznej również potwierdzają wagę tego typu inicjatyw – z raportu „Barometr CSR" wynika, że blisko 88% badanych popiera wdrażanie przez polskie przedsiębiorstwa polityki społecznej odpowiedzialności. W ślad za tym, rośnie liczba zaangażowanych firm – w 12. edycji raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2013. Dobre praktyki" znalazło się ponad 400 nowych projektów CSR oraz 155 praktyk długoletnich. Badanie wykazało również, że polskie firmy coraz chętniej angażują się w inicjatywy polegające na współpracy z uczelniami oraz wspierające akcje prozdrowotne.

Od praktyki do profilaktyki

Przykładem firmy, która od kilkunastu lat podejmuje szereg działań podnoszących świadomość zdrowotną Polaków oraz ich stan wiedzy na temat profilaktyki i leczenia wielu chorób jest Grupa Adamed. Realizując towarzyszącą jej misję: „Odpowiadamy na kluczowe wyzwania współczesnej medycyny", firma prowadzi politykę społecznej odpowiedzialności biznesu, podkreślając analogię pomiędzy rozwiązywaniem problemów zdrowotnych a społecznych.

– Jako doświadczony producent leków wiemy, z jakimi chorobami i przypadłościami boryka się współczesny Polak. Naszym zadaniem jest znalezienie skutecznej terapii na dane schorzenie. Zrealizowane przez naszą firmę kampanie jeszcze bardziej utwierdziły nas w przekonaniu, że jeśli chodzi o przeciwdziałanie schorzeniom społecznym, najlepszą profilaktyką jest konsekwentna i szeroko prowadzona edukacja – podkreśla dr n. med. Małgorzata Adamkiewicz, Dyrektor Generalny Grupy Adamed.

Grupa Adamed odpowiedzialna społeczne

Grupa Adamed inspiruje szereg kampanii edukacyjnych poruszających istotne zagadnienia z zakresu profilaktyki chorób i pielęgnacji zdrowia. Zaangażowanie oraz inwestycje w edukację przynoszą efekty w postaci zaufania społecznego do firmy oraz szeregu nagród ze strony środowiska naukowego i instytucji monitorujących działalność prospołeczną. Kampania społeczna „Polka w ciąży" została uhonorowana złotą statuetką w prestiżowym konkursie SABRE EMEA Awards 2013 w kategorii „Najlepsza kampania krajów bałtyckich". Ta inicjatywa, skierowana do przyszłych i obecnych matek, poruszała tematykę żywienia i stylu życia kobiet w ciąży, a także roli i znaczenia hormonów oraz niepłodności i poronień.

– Kampania ta była odpowiedzią na niepokojące dane, z których wynikało, że problemy z zajściem i utrzymaniem ciąży dotykają coraz większej liczby kobiet w Polsce. Według szacunkowych wyliczeń z 2012 roku z niepłodnością borykało się ok. 14 proc. par. Niestety, wokół tego problemu narastała aura wstydliwości i przekonanie, że winna jest zawsze kobieta. Zainicjowaliśmy zatem szereg działań, aby zwrócić uwagę społeczeństwa na ten problem – mówi dr n. med. Małgorzata Adamkiewicz.

W ramach kampanii zrealizowano kompleksowe badanie opinii społecznej pt. „Polka w ciąży", które otrzymało patronat Polskiego Towarzystwa Ginekologicznego. Analiza sytuacji wykazała, że kobiety mające problem z zajściem w ciąże czują się zagubione i gorsze. Szczególnie obawiają się leczenia hormonalnego podczas starania się o dziecko czy w pierwszych tygodniach ciąży. W tym okresie szczególną wagę przykładają do bezpieczeństwa zaleconej terapii i stosowanych leków. Aby zwalczyć mity i nieprawdziwe informacje, jakie w tym okresie przekazują sobie pacjentki, zorganizowano cykl śniadań prasowych z udziałem cenionych ekspertów w dziedzinie żywienia, psychologów i lekarzy ginekologów.

Odpowiedzią na niski stan wiedzy na temat Przewlekłej Obturacyjnej Choroby Płuc (POChP) była z kolei kampania „Głęboki oddech". POChP jest najpoważniejszą chorobą układu oddechowego, która nie leczona destrukcyjnie wpływa zarówno na oskrzela, prowadząc do ich przewlekłego zapalenia, jak i na płuca – wywołując rozedmę płuc, a w końcowym efekcie śmierć chorego. Mimo, że POChP najczęściej dotyka palaczy, to grupami wysokiego ryzyka są także bierni palacze oraz osoby często przebywające – np. z racji swojego zawodu – w zadymionych i zapylonych pomieszczeniach. Szacuje się, że w Polsce na tę chorobę cierpi ok. 2 mln osób, przy czym aż 80 proc. z nich nie zdaje sobie z tego sprawy.

W ramach programu podjęto szereg działań informujących o objawach choroby, jej przyczynach i skutkach, jak również na temat znaczenia badań profilaktycznych, prowadzących do wczesnego diagnozowania choroby i rozpoczęcia leczenia. Przeprowadzono również szereg bezpłatnych badań spirometrycznych oraz konsultacji lekarzy pulmonologów na terenie całej Polski, z których skorzystało ponad 100 tys. osób. U 20% wykryto obturację dróg oddechowych.

Kilka lat temu Grupa Adamed we współpracy z TNS OBOP przeprowadziła też badanie opinii publicznej, które wykazało, że 77% Polaków wstydzi się wizyty u lekarza psychiatry i nie potrafi przełamać bariery przed rozmową o swoich problemach psychicznych. W odpowiedzi na ten problem, wspólnie z Polskim Towarzystwem Psychiatrycznym firma zainicjowała program „Odnaleźć siebie", który miał za zadanie zwalczać stereotypy funkcjonujące wśród społeczeństwa na temat osób dotkniętych chorobami psychicznymi. Chcąc poprawić komfort życia chorych, na terenie całej Polski stworzono specjalne „Centra Pomocy", gdzie pacjenci mogli uzyskać bezpłatną poradę lekarza psychiatry i psychologa. Odwiedzający otrzymywali również poradnik edukacyjny „Rozmowa, która nie boli" odpowiadający na podstawowe pytania związane z psychiatrią. Program przełamywał bariery społeczne związane z leczeniem zaburzeń psychicznych i neurologicznych. Edukował również na temat znaczenia diagnostyki oraz wczesnego leczenia zaburzeń psychicznych i neurologicznych. Przyczynił się także do podniesienia świadomości społecznej na temat takich chorób jak: schizofrenia, choroba afektywna dwubiegunowa, depresja, padaczka, choroba Alzheimera, czy choroba Parkinsona.

Dostrzegając potrzebę wsparcia działalności naukowej i oświatowej w obszarze nauk medycznych i ścisłych, w 2014 roku powstała Fundacja Grupy Adamed. Pierwszą inicjatywą Fundacji jest projekt edukacyjny ADAMED SmartUP skierowany do młodych osób szczególnie uzdolnionych w kierunku nauk ścisłych i przyrodniczych. Badania przeprowadzone na zlecenie Fundacji pokazały bowiem, że aż 29% osób w wieku 15--19 lat interesuje się głównie tymi dziedzinami.

– W Polsce nie brakuje młodych utalentowanych ludzi – trzeba im dać tylko szansę rozwoju już na wczesnym etapie edukacji. Dziś są zdolnymi i ambitnymi uczniami, jutro mogą być liderami innowacyjnej polskiej gospodarki – podkreśla dr n. med. Małgorzata Adamkiewicz.

Długofalowa formuła projektu ma na celu stworzenie kompleksowego programu stypendialnego ukierunkowanego na rozwijanie młodych Polaków w dziedzinie nauk ścisłych i przyrodniczych. ADAMED SmartUP ma również pomóc zdolnej młodzieży w zaplanowaniu ścieżki kariery zgodnej z ich indywidualnym potencjałem i potrzebami. Najlepsi spośród uczestników, którzy biorą obecnie udział w procesie rekrutacji do I edycji programu, otrzymają stypendia naukowe dopasowane do indywidualnych planów dalszego kształcenia.

Oprócz inicjatyw ogólnopolskich, Grupa Adamed angażuje się także w pomoc społecznościom lokalnym – każdego roku współpracownicy firmy wysyłają do podopiecznych Domów Dziecka w Radoryżu Smolanym oraz Płońsku upominki z okazji świąt. Corocznie organizowane są również wydarzenia firmowe pozwalające współpracownikom i ich dzieciom zacieśniać więzi emocjonalne, będące okazją do wspólnego spędzania czasu z rodziną.

– Inicjatywy społeczne podejmowane przez Grupę Adamed realizowane są na wielu płaszczyznach – począwszy od troski o najbliższe otoczenie, aż po projekty o ogólnopolskim zasięgu. Społeczna odpowiedzialność biznesu nie powinna opierać się bowiem jedynie na jednorazowych działaniach, ale stanowić element długofalowej strategii firmy – podsumowała dr n. med. Małgorzata Adamkiewicz.