Puck, 13 marca 2025 r.

**Informacja prasowa**

**Good Time to DAJ**

**Nowa kampania 1,5% Puckiego Hospicjum pw. św. Ojca Pio**

**Nie ma dobrego czasu na śmierć, ale może być dobry czas na życie – do samego końca. Puckie Hospicjum po raz kolejny przełamuje schematy, pokazując, że ostatnie chwile mogą być pełne ciepła, bliskości i radości. W kampanii 1,5% “Good Time to DAJ” zamiast smutku jest refleksja, zamiast patosu – autentyczne emocje. To opowieść o tym, że nawet na końcu drogi można doświadczać dobrych chwil. Zamknij oczy, pomyśl o swoich momentach szczęścia… i daj je tym, którzy najbardziej ich potrzebują.**

Puckie Hospicjum pw. św. Ojca Pio, znane z innowacyjnego podejścia do komunikacji opieki paliatywnej, po raz kolejny wyłamuje się z utartych schematów. W najnowszej kampanii „Good Time to DAJ”, zwraca uwagę na to, że ostatnie chwile życia nie muszą być pełne bólu i cierpienia – mogą być pełne chwil szczęścia.

**Zamknij oczy. Pomyśl o swoich chwilach szczęścia.**

W spotach poznajemy trzech bohaterów – młodą kobietę, mężczyznę w średnim wieku i… marynarza – którzy, zamykając oczy, wspominają chwile szczęścia i radości z ich życia. Przesłanie jest jasne: każda chwila, nawet ta trudna, zasługuje na to, by przeżyć ją z uśmiechem. Ciepła atmosfera spotów i prosty przekaz “Daj nieuleczalnie chorym żyć dobrze, do samego końca” mają dotrzeć do jak najszerszego grona odbiorców.

*Często nie mamy czasu, by pomyśleć o tym, co naprawdę daje nam radość. Czasami to dopiero trudne momenty w naszym życiu pomagają nam to dostrzec. Codziennie dbamy, aby życie chorujących ludzi na końcu ich drogi było szczęśliwe. A czym jest szczęście? Zamknij oczy, uśmiechnij się i pomyśl o swojej chwili szczęścia. Dla chorych te momenty wyglądają tak samo* – mówi Anna Jochim-Labuda, dyrektor Puckiego Hospicjum.

**Motyw zamkniętych oczu – refleksja w całej kampanii**

Czas umierania może być dobry, dlatego symbolem kampanii stały się zamknięte oczy i uśmiech. Ten motyw przewodni zobaczymy w kampanii display, spotach reklamowych, a także w mediach społecznościowych.

**Jak możesz pomóc?**

Pomoc nieuleczalnie chorym jest prostsza, niż mogłoby się wydawać. W ramach kampanii #GoodTimeToDaj Puckie Hospicjum zachęca do dwóch prostych działań, które mogą zrobić dosłownie wszyscy. Po pierwsze, wystarczy przekazać 1,5% swojego podatku na rzecz Puckiego Hospicjum.

Po drugie, każdy może wziąć udział w wyzwaniu #GoodTimeToDaj. Wystarczy podzielić się zdjęciem z zamkniętymi oczami i uśmiechem na swoich profilach społecznościowych, oznaczając je #goodtimetodaj. Dodatkowo można zaprosić znajomych do wzięcia udziału w wyzwaniu, pokazując, że życie – nawet w obliczu choroby – pełne jest pięknych chwil.

Kampania ruszyła 13 marca i obejmuje działania m.in. w social mediach, kanałach digital oraz kinie.

Za opracowanie koncepcji działań odpowiedzialna jest DDB Warszawa, za produkcję sesji oraz spotów video Papaya Films, natomiast za działania komunikacyjne oraz zakup mediów – 38Content Communication.

Więcej informacji o kampanii można znaleźć na stronie [goodtimetodaj.pl](http://www.goodtimetodaj.pl) oraz [hospitium.org](http://www.hospitium.org)

Spoty kampanii można zobaczyć tutaj [www.youtube.com/@puckiehospicjum6750](http://www.youtube.com/%40puckiehospicjum6750)