



사노피, 2012 한국PR대상 지역사회관계 부문 수상

- 암 환우를 위한 전방위 CSR 캠페인 ‘희망씨앗’, 올해의 지역사회관계 부문 수상
- 암 생존자의 정서 치유 프로그램에 다양한 사회적 자원을 네트워크로 구축한 모범 사례로 호평
- 전국의 22개 의료기관, 18개 파트너 기관, 30명 이상의 전문가 프로보노가 참여한 대규모 캠페인

Patients – c-nnect – Social Resources

2012년 11월 16일 - 글로벌 헬스케어 기업 사노피의 국내 제약사업 부문인 사노피-아벤티스 코리아(대표: 장-마리 아르노)는 15일 어제 서울 소공동 플라자호텔에서 열린 2012 한국 PR 대상 시상식에서 ‘암 생존자를 위한 희망 씨앗 캠페인’이 지역사회관계 부문 수상작으로 선정됐다고 밝혔다.

암 생존자¹ 130만 명 시대²를 맞아 국내 암 환자의 5년 이상 생존율도 62%에 달하는 것으로 확인되면서, 국내에서도 점차 암의 예방과 조기진단, 치료를 넘어 암 생존자의 장기적 관리에 대해 관심이 커지고 있다. 이에 사노피는 다수의 기관 파트너 및 전문가 프로보노들과 함께 장기간의 투병생활에 지친 암 생존자들의 정서 치유를 돕는 ‘희망씨앗 캠페인’을 전개해 왔다.

한국 PR 협회는 “장기간의 투병 생활에 지친 암 생존자들에게 정서 치유의 기회를 제공하고, 실질적인 삶의 질 개선을 위해 전 방위적인 활동을 펼쳤다는 점을 높이 평가해 희망씨앗 캠페인을 지역사회관계 우수 사례로 선정했다”고 말했다.

암 생존자를 위한 체험형 정서 치유 프로그램을 표방하는 희망씨앗 캠페인은 미술, 원예, 연극, 도보 여행 등 해당 분야의 전문가가 직접 고안하고 진행하는 ‘초록나무’, 그리고 암 투병생활로 정신적, 육체적 스트레스가 심한 암 생존자 및 가족에게 음악과 스토리 텔링을 통해 위로와 긍정의 에너지를 전달하는 ‘Freedom Against Cancer’ 콘서트로 구성돼 있다. 전국 22개의 의료기관, 지방자치단체와 시민단체, 환우회, 기업 등 18개의 파트너 기관, 그리고 30명 이상의 개인 재능기부자가 캠페인에 참여했다.

사노피 그룹 국내 계열사의 커뮤니케이션 및 기업사회공헌 업무를 총괄하고 있는 김선영 이사는 “희망씨앗 캠페인은 기관, 기업, 개인들이 가진 사회적 자원과 재능들을 암 생존자의 정서 치유라는 공통된 목적으로 연결해 시너지를 내보자는 의도에서 시작됐다. 이 상은 여성환경연대를 비롯한 다수의

¹ 암 진단 후 5년이 지난 후에도 생존해 있는 사람과 현재 암 치료 중인 사람을 통틀어 지칭

² 건강보험공단, <암 등록환자 통계> (2012년 9월 기준)



협력 기관과 프로보노들이 협업해 얻은 성과이기에 더욱 값지다”며, “사노피가 환자들의 정서 지원에 공감하고 공명하는 다양한 사회적 자원을 엮는 구심점이 되도록 더욱 노력하겠다”고 소감을 밝혔다.

올해로 20 회를 맞이한 ‘한국 PR 대상’은 한국 PR 협회가 주관하는 국내 유일의 PR 관련 시상식이다. 학계와 업계의 PR 전문가 10 인으로 구성된 심사위원회에서 전년도 10 월부터 이듬해 8 월까지 국내 및 해외에서 진행된 모든 PR 프로그램을 검토하여, 각 부문별로 국내 PR 활동에 기여했다고 여겨지는 프로그램을 우수사례로 선정, 상을 수여하고 있다. 올해에는 역대 최다인 39 개의 PR 프로그램이 출품돼 경합을 벌였다.

###

사노피(Sanofi) 에 대하여

프랑스 파리에 본사를 두고 있는 사노피(Sanofi) 그룹은 인간 삶의 개선을 위한 치료 솔루션을 연구, 개발 및 제공하는 세계 선두의 글로벌 헬스케어 기업으로서, 파리 (EURONEXT: SAN) 및 뉴욕 (NYSE: SNY)에 상장되어 있다. 국내에서는 사노피-아벤티스 코리아가 전문의약품 및 건강기능식품 (세노비스)을 공급하고 있으며, 이 외에도 백신(사노피 파스퇴르), 희귀질환치료제 (젠자임 코리아), 동물약품 (메리알 코리아)을 통해 예방에서 치료까지, 전문의약품에서 건강기능식품까지, 사람에서 동물까지, 환자들의 다양한 니즈에 부응하는 다각화된 헬스케어 기업으로 자리매김 하고 있다.