



Główny Inspektorat Sanitarny

PZ.PZ.84.16.2025
Warszawa, data podpisu r.

Od: Joanna Skowron, Dyrektor Departamentu Promocji Zdrowia i Komunikacji Społecznej
(imię i nazwisko, stanowisko służbowe)

Do: Paweł Grzesiowski, Główny Inspektor Sanitarny
(imię i nazwisko, stanowisko służbowe)

Sprawozdanie z kampanii informacyjno-edukacyjnej w ramach Europejskiego Tygodnia Szczepień 2025.

Europejski Tydzień Szczepień to inicjatywa Światowej Organizacji Zdrowia (WHO), którą obchodzimy każdego roku w ostatnim tygodniu kwietnia. ETS służy popularyzowaniu wiedzy o szczepieniach i ich roli w zapobieganiu szerzenia się chorób zakaźnych oraz ochronie zdrowia i życia ludzi.

Organizator kampanii: Główny Inspektorat Sanitarny we współpracy z wojewódzkimi i powiatowymi stacjami sanitarno-epidemiologicznymi.

Hasło kampanii: Szczepienia chronią – zaufaj nauce!

Cel kampanii:

- Zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat roli szczepień w zapobieganiu chorobom i ochronie życia. Tegoroczny ETS podkreśla pilną potrzebę osiągnięcia wysokiego i sprawiedliwego poziomu zaszczepienia w każdej społeczności, w celu zapobiegania chorobom teraz i w przyszłości.
- Promocja Programu Szczepień Ochronnych na rok 2025 dla dzieci oraz szczepień zalecanych dla dorosłych w oparciu o aktualną wiedzę medyczną.

W ramach kampanii informacyjno - edukacyjnej „Szczepienia chronią – zaufaj nauce!”

Departament Promocji Zdrowia i Komunikacji Społecznej w GIS przygotował:

- Plakat z hasłem kampanii.
- Materiały edukacyjne na stronach internetowych: historia szczepień, kalendarze szczepień, bezpieczeństwo i skuteczność oraz skutki braku szczepień, broszury dot. chorób zakaźnych, prezentacja.



+48 22 34 53 300
inspektorat@sanepid.gov.pl
gov.pl/gis

ul. Targowa 65
03-729 Warszawa

- Animacje edukacyjne na nośniki LCD: dystrybucja w przychodniach, środkach transportu i mediach społecznościowych.
- Kampanię w mediach społecznościowych: posty informacyjne, krótkie filmy (reels), wypowiedzi ekspertów i influencerów, quizy (Instagram), ankiety interaktywne (Q&A).
- Debatę o dezinformacji na temat szczepień.

Przygotowane materiały informacyjne wykorzystywane były bezpośrednio w działaniach GIS, jak również zostały przesłane do wykorzystania do wszystkich WSSE i PSSE. Kampanię prowadzono w całym kraju pomiędzy 27 kwietnia a 3 maja 2025 r. Pracownicy pionu promocji zdrowia Państwowej Inspekcji Sanitarnej starali się dotrzeć z informacjami w swoich lokalnych środowiskach do jak największej liczby odbiorców. W ramach tych działań odbyło się:

- 181 lokalnych imprez plenerowych, z udziałem 32 060 osób;
- 28 konferencji tematycznych (1036 osób);
- 878 wykładów lub zajęć edukacyjnych, w których wzięło udział 35 505 słuchaczy;
- 1781 konsultacji i instruktaży dla 4 544 osób;
- 137 narad tematycznych z udziałem 3 276 osób.

Ponadto zorganizowano:

- 432 wystawy tematyczne, które odwiedziło 53 713 osób;
- 95 stoiska informacyjne;
- 32 konkursy;
- 38 szkoleń;
- 1 debatę młodzieżową.

Pracownicy WSSE i PSSE prowadzili dystrybucję materiałów informacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem placówek edukacyjnych i zakładów leczniczych, zamieszczali informacje na stronach www i tworzyli własne informacje prasowe przekazywane do mediów. Udzielono 75 wywiadów prasowych w mediach o łącznym zasięgu 331 911 odbiorców. Przygotowano 2 animacje na LCD i publikacje na billboardzie oraz emisje spotów promujących szczepienia ochronne.

Europejski Tydzień Szczepień 2025 w mediach społecznościowych.

Kampania na rzecz szczepień trwała od 27 kwietnia do 3 maja. Dodatkowo pierwsze materiały zapowiadające kampanię zostały opublikowane na stronie GIS i przesłane do PAP już 25 kwietnia, a debata kończąca kampanię – opublikowana na stronie i w mediach społecznościowych GIS 5 maja. W mediach tradycyjnych i elektronicznych (bez



społecznościowych) sformułowanie „Szczepienia chronią” zostało uwzględnione we wskazanym okresie w 107 publikacjach, obejmując swoim zasięgiem 1 mln osób i osiągając szacowany ekwiwalent reklamowy 1,3 mln zł. O kampanii informowano zarówno w mediach lokalnych, jak i ogólnopolskich. W wielu publikacjach wykorzystywano materiały graficzne przygotowane przez Departament Promocji Zdrowia i Komunikacji Społecznej w GIS. Podkreślano, że na stronie Głównego Inspektoratu Sanitarnego znajdują się informacje dot. historii szczepień, kalendarza szczepień, bezpieczeństwa i skuteczności szczepień oraz animacje edukacyjne na nośniki LCD. Z przygotowanych materiałów korzystali też znani influencerzy: Aga Szuścik, Sexed (Anja Rubik), doktor.cukrowa.krolowa, wdz.dla.zaawansowanych, dr hab. Wojciech Feleszko, Fundacja GROWSpace. Prowadzono intensywną kampanię w mediach społecznościowych: posty informacyjne, krótkie filmy (reels), wypowiedzi ekspertów i influencerów, quizy (Instagram), ankiety interaktywne (Q&A). Przygotowany quiz tematyczny pokazał pozytywny wpływ kampanii na wiedzę ogólną na temat szczepień, szczególnie w tematach związanych z kalendarzem szczepień i strategią kokonu. Nadal wymagane są działania edukacyjne nt. krztuśca i odporności zbiorowej.

Kampania osiągnęła szeroki zasięg medialny i społecznościowy. Kampania została zrealizowana bez udziału dodatkowych nakładów finansowych, przy zaangażowaniu własnych zasobów. O przeprowadzanej kampanii Główny Inspektorat Sanitarny informował swoich partnerów: Rzecznika Praw Pacjenta, Główny Inspektorat Sanitarny Wojska Polskiego, Naczelną Izbę Lekarską, Naczelną Radę Aptekarską z prośbą o zamieszczanie informacji na ich stronach internetowych oraz rozpowszechnianie dostępnymi kanałami komunikacyjnymi.

Z wyrazami szacunku

Joanna Skowron
Dyrektor

/dokument podpisany elektronicznie/

