

Sprawozdanie z realizacji kampanii „Jesień bez infekcji” 2025

Okres realizacji: 9 września –15 października 2025 r.

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

Partnerzy: GIF, CIOP, Rzecznik Praw Pacjenta, Naczelna Izba Lekarska, Naczelna Rada Aptekarska

Cel kampanii

Promocja szczepień ochronnych przeciwko chorobom infekcyjnym nasilającym się w sezonie jesienno-zimowym: grypie, COVID-19, RSV, krztuścowi i pneumokokom.

Grupy docelowe

- seniorzy
- kobiety w ciąży
- pracownicy i pracodawcy (ze szczególnym uwzględnieniem personelu medycznego, służb mundurowych i nauczycieli)

Materiały kampanijne

- [Artykuł informacyjny na stronie GIS](#)
- Infografiki nt. każdej z chorób (do pobrania i dystrybucji przez WSSE/PSSE)
- Plakaty z grafikami kampanii i QR kodem do informacji o szczepieniach
- Logo kampanii
- Animacje do wyświetlania na ekranach LCD w POZ, aptekach, szkołach rodzenia
- Krótkie wypowiedzi ekspertów oraz przedstawicieli grup docelowych

Kanały komunikacji

- Strona internetowa GIS, WSSE, PSSE
- Media społecznościowe (Facebook, Instagram, X (dawniej Twitter))
- Lokalne wydarzenia organizowane przez PIS
- Komunikacja poprzez partnerów kampanii
- Dystrybucja materiałów w POZ, aptekach, szkołach rodzenia, klubach seniora, uniwersytetach III wieku

Działania centralne GIS

- 9 września - briefing prasowy, publikacja artykułu na stronie GIS, post w mediach społecznościowych nt. chorób infekcyjnych, akcja szczepień p. grypie pracowników GIS

- 10 września – komunikaty (posty SoMe, Reels) skierowane do pracowników i pracodawców
- 15 września – komunikaty (posty SoMe, Reels) skierowane do kobiet w ciąży
- 16 września – komunikaty (posty SoMe, Reels) skierowane do seniorów

Działania lokalne

W realizację kampanii aktywnie włączyły się jednostki Państwowej Inspekcji Sanitarnej w całym kraju – zarówno wojewódzkie jak i powiatowe stacje sanitarno-epidemiologiczne.

Ich działania dotarły łącznie do prawie 120 000 odbiorców m.in.: seniorów, pracowników ochrony zdrowia, rodziców, pracowników służb mundurowych, kadry pedagogicznej.

W ramach kampanii, pioniry promocji zdrowia i oświaty zdrowotnej WSSE i PSSE przeprowadziły:

- 572 wykładów i zajęć edukacyjnych, skierowanych do ponad 17 tys. uczestników,
- 249 lokalnych imprez plenerowych, skierowanych do ponad 35,8 tys. osób,
- 2218 konsultacji i instruktaży dla ponad 5 tys. osób,
- 411 wystaw tematycznych oraz 33 opracowane materiałów edukacyjnych
- 4 konferencje w których uczestniczyło ponad 1000 osób,
- 4 konkursy w których udział wzięło 260 osób,

Prowadzono również dystrybucję materiałów edukacyjnych ze szczególnym uwzględnieniem placówek ochrony zdrowia, aptek oraz szkół rodzenia. Ponadto, nawiązano liczne partnerstwa lokalne, m.in. z jednostkami samorządu terytorialnego, szkołami rodzenia, klubami seniora oraz uniwersytetami III wieku.

Kampania w przestrzeni internetowej

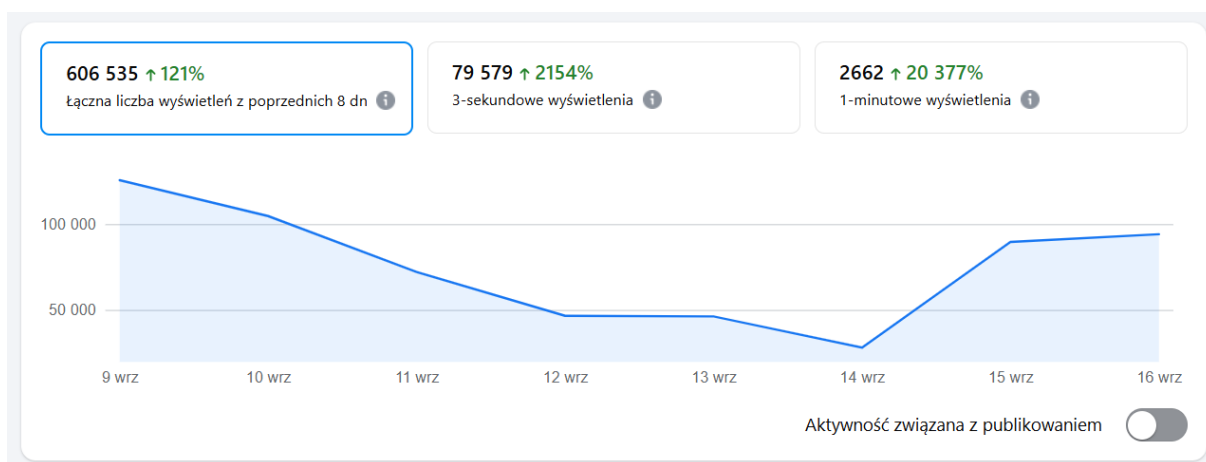
GIS publikował materiały edukacyjne na Facebooku, Instagramie i X (dawniej Twitter), zachęcając do udostępniania treści i udziału w kampanii.

W kampanii wykorzystano plakaty, infografiki, Reels. Wzrost liczby interakcji (polubień, udostępnień, komentarzy) odnotowano szczególnie przy postach dotyczących szczepień dla seniorów i kobiet w ciąży.

Opublikowanych zostało 10 rolek z udziałem m.in.: Głównego Inspektora Sanitarnego, ekspertów, lekarzy przedstawicieli różnych grup: seniorów, kobiet w ciąży. Jak również post inauguracyjny kampanię oraz 3 posty edukacyjne z infografikami.

W mediach społecznościowych pojawiły się również relacje z lokalnych wydarzeń promujących szczepienia, np. akcje szczepień pracowników w siedzibie GIS.

Publikacja postów pomogła w osiągnięciu lepszych wyników na Facebooku, dając wzrost liczby wyświetleń o 121%, czyli łączną liczbę 606 535.



Również w działania komunikacyjne aktywnie włączyły się wojewódzkie i powiatowe stacje sanitarno-epidemiologiczne, realizując szereg działań informacyjnych i promocyjnych.

Oprócz udostępniania treści publikowanych na profilach GIS, WSSE i PSSE opublikowały 2 461 postów oraz 341 informacji na stronach internetowych. Pracownicy stacji sanitarno-epidemiologicznych udzielili łącznie 59 wywiadów.

Spójny przekaz i atrakcyjna forma graficzna, umożliwiła dotarcie do szerokiego grona odbiorców, w tym szczególnie grup docelowych.

Kampania w mediach – przegląd publikacji

Kampania „Jesień bez infekcji” spotkała się z szerokim zainteresowaniem zarówno mediów ogólnopolskich, jak i lokalnych.

Media ogólnopolskie

Telewizja (TVP, Polsat, inne media ogólnopolskie)

Podkreślano wzrost liczby infekcji sezonowych (grypa, COVID-19, RSV, krztusiec, pneumokoki) i konieczność szczepień, szczególnie wśród seniorów, kobiet w ciąży oraz osób z grup ryzyka.

W materiałach informacyjnych prezentowano statystyki zachorowań oraz tłumaczono, jak szczepienia mogą ograniczyć absencję w pracy i hospitalizacje.

<https://rzeszow.tvp.pl/88919791/jesien-bez-infekcji-kampania-przypominajaca-o-szczepieniach>

Radio (m.in. RMF FM, Radio Zet, Polskie Radio)

W serwisach informacyjnych i audycjach zdrowotnych informowano o rozpoczęciu kampanii, jej celach i grupach docelowych.

Ekspertki oraz lekarze byli gośćmi audycji, gdzie wyjaśniali znaczenie szczepień i odpowiadali na pytania słuchaczy dotyczące profilaktyki infekcji sezonowych.

W niektórych rozgłośniach lokalnych (np. Radio Oko) pojawiały się wywiady z przedstawicielami sanepidu i relacje z lokalnych akcji szczepień.

<https://radiooko.pl/jesien-bez-infekcji/>

Dziennik Warto Wiedzieć

Medium to relacjonowało inaugurację kampanii, która odbyła się 9 września 2025 r. w siedzibie GIS. W artykule podkreślono rolę szczepień jako inwestycji w zdrowie publiczne. Dziennik zwrócił uwagę na działania edukacyjne i akcje szczepień w miejscu pracy, organizowane w ramach kampanii.

<https://wartowiedziec.pl/polityka-zdrowotna/77804-jesien-bez-infekcji-nowa-kampania-glownego-inspektoratu-sanitarnego>

NewsMed.pl

Portal medyczny NewsMed.pl opisał znaczenie szczepień w kontekście kampanii „Jesień bez infekcji”, wskazując na najczęstsze infekcje sezonowe i grupy ryzyka. Podkreślono, że szczepienia to najskuteczniejsza forma profilaktyki, chroniąca zarówno jednostki, jak i ich otoczenie.

<https://newsmed.pl/aktualnosci/12123502/jesien-bez-infekcji-kampania-gis-i-znaczenie-szczepien.html>

Prawo.pl

Serwis Prawo.pl poinformował o inauguracji kampanii, skupiając się na jej informacyjnym i edukacyjnym charakterze oraz na działaniach GIS mających na celu zwiększenie świadomości dotyczącej sezonowych chorób i sposobów ich zapobiegania.

<https://www.prawo.pl/zdrowie/jesien-bez-infekcji-kampania-informacyjna-gis,534856.html>

Naczelna Izba Aptekarska

Skupiła się na dostępności szczepień dla seniorów i ich znaczeniu w kontekście starzejącego się społeczeństwa.

<https://www.nia.org.pl/2025/09/10/jesien-bez-infekcji-kampania-gis/>

Media lokalne i samorządowe

Informacje o kampanii pojawiły się także na stronach urzędów gmin, a także w lokalnych serwisach informacyjnych, takich jak np. Fakty Wadowice czy portale samorządowe (np. Gmina Miedźna).

Fakty Wadowice

<https://www.faktywadowice.pl/2025/09/10/jesien-bez-infekcji/>

Gmina Miedźna

<https://www.miedzna.pl/2025/09/15/kampania-jesien-bez-infekcji/>

Najczęściej poruszane tematy w mediach:

- Wzrost liczby infekcji dróg oddechowych w sezonie jesiennie-zimowym.
- Spadek wyszczepialności przeciw grypie i wzrost zachorowań na krztusiec.
- Znaczenie szczepień ochronnych dla zdrowia publicznego.

- Działania edukacyjne i informacyjne GIS oraz lokalnych instytucji.
- Praktyczne przykłady profilaktyki, np. akcje szczepień dla pracowników instytucji publicznych.

Podsumowanie

Kampania „Jesień bez infekcji” miała na celu zwiększenie świadomości społecznej na temat szczepień ochronnych i profilaktyki infekcji sezonowych. Dzięki spójnemu przekazowi, atrakcyjnej formie graficznej oraz aktywnemu zaangażowaniu jednostek terenowych i partnerów, udało się dotrzeć do szerokiego grona odbiorców i wzmocnić pozytywny wizerunek Państwowej Inspekcji Sanitarnej jako lidera działań edukacyjnych w zakresie zdrowia publicznego.