Kampania „Jesień bez infekcji. Złota jesień zaczyna się od profilaktyki” – podsumowanie działań Państwowej Inspekcji Sanitarnej

Ogólnopolska kampania edukacyjna „Jesień bez infekcji. Złota jesień zaczyna się od profilaktyki” realizowana była od 2 do 8 września 2026 r. przez Główny Inspektorat Sanitarny z partnerami: Głównym Inspektoratem Farmaceutycznym i Naczelną Izbą Aptekarską, a także przez wojewódzkie i powiatowe stacje sanitarno-epidemiologiczne. Dodatkowo, poza tygodniową kampanią w mediach społecznościowych, przez cały wrzesień były prowadzone działania lokalne wojewódzkich i powiatowych SSE. Wszystkie te działania były realizowane w ramach parasolowej kampanii społecznej „Profilaktyka podaj dalej” Ministerstwa Zdrowia.

Cel kampanii

Głównym celem kampanii „Jesień bez infekcji. Złota jesień zaczyna się od profilaktyki” było zwiększenie wiedzy na temat znaczenia szczepień ochronnych oraz innych działań profilaktycznych ograniczających ryzyko chorób infekcyjnych nasilających się w sezonie jesienno-zimowym. Jednocześnie kampania wspierała budowanie zaufania do wiedzy medycznej i działań profilaktycznych oraz wzmacniała odpowiedzialność za zdrowie własne i najbliższych. Szczególną uwagę poświęcono szczepieniom przeciw grypie, COVID-19, RSV i pneumokokom oraz na informowaniu o możliwości ich wykonywania w aptekach.

Grupy docelowe

W realizację kampanii zaangażowały się wojewódzkie i powiatowe stacje sanitarno-epidemiologiczne, prowadząc działania edukacyjne, informacyjne i promocyjne na poziomie lokalnym. Odbiorcami działań byli przede wszystkim seniorzy, opiekunowie seniorów, osoby dorosłe, rodziny z dziećmi, personel medyczny, pracownicy instytucji publicznych oraz klienci aptek i podmiotów leczniczych.

Działania regionalne i lokalne

Działania obejmowały wykłady, prelekcje i spotkania edukacyjne, szkolenia, konferencje, konsultacje indywidualne, organizację stoisk informacyjno-edukacyjnych podczas wydarzeń plenerowych, wystawy tematyczne, dystrybucję materiałów edukacyjnych, aktywność w mediach społecznościowych oraz współpracę z licznymi partnerami lokalnymi i regionalnymi.

W ramach kampanii:

- przeprowadzono 586 wykładów, które objęły 21 633 uczestników,
- odbyło się 7 konferencji dla 622 uczestników,

- przeprowadzono 36 szkoleń dla 519 uczestników (głównie dla pracowników ochrony zdrowia, pracowników oświaty),
- zostały zorganizowane stoiska informacyjno-edukacyjne podczas 503 wydarzeń plenerowych dla łącznie 93 528 uczestników,
- zorganizowano 6 konkursów, w których udział wzięło 207 uczestników,
- przeprowadzono 3 983 indywidualnych konsultacji dla 6 179 osób,
- zorganizowano 407 wystaw tematycznych, które odwiedziły 65 394 osoby,
- dystrybuowano materiały edukacyjne do aptek, POZ, szkół, urzędów i organizacji społecznych (łącznie do 6 105 instytucji, ponad 110 tys. odbiorców bezpośrednich).

Współpraca międzyinstytucjonalna

Działania realizowano we współpracy z podmiotami leczniczymi, aptekami, jednostkami samorządu terytorialnego, organizacjami senioralnymi, szkołami, uczelniami, oddziałami NFZ, organizacjami pozarządowymi oraz mediami regionalnymi, co umożliwiło dotarcie do szerokiego grona odbiorców i skuteczną promocję profilaktyki infekcji sezonowych, w tym szczepień ochronnych.

Kampania w przestrzeni internetowej

Istotnym elementem kampanii były działania komunikacyjne realizowane za pośrednictwem stron internetowych oraz mediów społecznościowych jednostek Państwowej Inspekcji Sanitarnej.

2 września GIS opublikował artykuł na stronie internetowej wraz z plakatami dot. szczepień i ulotkami nt. grypy, RSV, krztuśca, COVID-19, pneumokoków. W ramach kampanii publikowaliśmy także w mediach społecznościowych GIS:

- rolkę otwierająca kampanię, w której udział brali także przedstawiciele partnerów kampanii,
- post o tematyce senioralnej i immunostarzeniu,
- karuzelę promującą szczepienia w aptece.

Wszystkie publikacje były dalej udostępniane przez SSE.

Pierwsza rolka kampanii „Jesień bez infekcji” z udziałem Głównego Inspektora Sanitarnego odnotowała na Facebooku największe wyświetlenia, tj. 92 881 i dotarła do 40 479 widzów. Około 30% wyświetleń pochodziło od osób spoza grona obserwujących profil GIS, co pokazuje, że przekaz dotarł również do odbiorców, którzy na co dzień nie śledzą profilu.

Łącznie opublikowano 324 informacje na stronach internetowych: GIS, wojewódzkich i powiatowych SSE, przekazano 133 informacje prasowe do mediów oraz opublikowano 2067 postów w mediach społecznościowych, które osiągnęły łączny zasięg 543 215 odbiorców. W ramach promocji kampanii udzielono również 47 wywiadów w mediach.

Przekaz kampanii był prowadzony za pośrednictwem stron internetowych, mediów społecznościowych, lokalnych mediów, aptek, placówek ochrony zdrowia oraz partnerów samorządowych. W wielu województwach wykorzystywano również ekrany multimedialne, nośniki transportu publicznego, prezentacje multimedialne oraz emisje spotów kampanijnych. Przykładem była emisja materiałów kampanii w pociągach Kolei Wielkopolskich, pojazdach MPK Wrocław oraz pociągach w województwie podlaskim.

Zaangażowanie partnerów umożliwiło dotarcie do różnych grup odbiorców, w szczególności seniorów oraz mieszkańców mniejszych miejscowości.

Kampania „Jesień bez infekcji. Złota jesień zaczyna się od profilaktyki", prowadzona przez GIS z Głównym Inspektoratem Farmaceutycznym i Naczelną Izbą Aptekarską, trafiła do niezależnych mediów w 160 publikacjach o łącznym dotarciu 185 tys. kontaktów. Osobno, na własnych kanałach organizatorów i stacji sanitarno-epidemiologicznych, ukazało się 46 publikacji o dotarciu 289 tys. - więcej niż w całych mediach niezależnych. Nie ukazała się ani jedna publikacja krytyczna. Przekaz niosły przede wszystkim strony urzędów, portale lokalne i regionalne rozgłośnie.

Nie odnotowano żadnych publikacji o wydźwięku negatywnym. Aż 91% przekazów miało charakter neutralny, a 9% pozytywny.

Najczęściej podejmowanymi tematami były:

- szczepienia ochronne,
- profilaktyka chorób zakaźnych,
- seniorzy i grupy ryzyka,
- szczepienia wykonywane w aptekach,
- bezpłatne i refundowane szczepienia.

W ramach kampanii realizowano wiele działań dostosowanych do potrzeb lokalnych społeczności, m.in.:

- akcję informacyjną w pociągach Kolei Wielkopolskich oraz aptekach na terenie województwa wielkopolskiego;
- emisję grafik kampanii w szynobusach i pociągach województwa podlaskiego;
- udział w marszach, festynach, dożynkach oraz wydarzeniach zdrowotnych,

- organizację stoisk edukacyjnych w przychodniach, aptekach i szpitalach;
- spotkania edukacyjne dla seniorów prowadzone we współpracy z samorządami, policją i podmiotami leczniczymi.

Podsumowanie

Kampania „Jesień bez infekcji. Złota jesień zaczyna się od profilaktyki" potwierdziła, że działania edukacyjne realizowane przez Państwową Inspekcję Sanitarną są skutecznym narzędziem promocji zdrowia publicznego. Dzięki zaangażowaniu pracowników Inspekcji, partnerów instytucjonalnych oraz szerokiemu wykorzystaniu kanałów komunikacji możliwe było dotarcie do mieszkańców całego kraju z przekazem dotyczącym profilaktyki infekcji sezonowych oraz promocji szczepień ochronnych.

Kampania cieszyła się pozytywnym odbiorem społecznym i medialnym. Jednocześnie doświadczenia wojewódzkich i powiatowych stacji sanitarno-epidemiologicznych wskazują na potrzebę zwiększenia dostępności drukowanych materiałów edukacyjnych oraz wydłużenia czasu realizacji przyszłych kampanii zdrowotnych.