



Gedeon Richter Polska

Kampania

W kobiecym interesie

www.gedeonrichter.pl



GEDEON RICHTER
Zdrowie jest naszą misją

Analiza sytuacji początkowej

- „W kobiecym interesie” to ogólnopolska kampania społeczno-edukacyjna zainicjowana przez Gedeon Richter Polska.
- Kampania została zainspirowana opublikowanym przez Najwyższą Izbę Kontroli* raportem pt. „Dostępność świadczeń ginekologiczno-położniczych finansowanych ze środków publicznych na obszarach wiejskich 2016-2017”, który ujawnił znaczne nierówności w dostępie do ambulatoryjnych świadczeń ginekologiczno-położniczych na obszarach wiejskich i miejsko-wiejskich.
- Kampania ma na celu edukację kobiet w zakresie potrzeby regularnych badań ginekologicznych świadomości ich wagi dla zdrowia, jak również zwalczanie nierówności w dostępie do usług zdrowotnych.

* Najwyższa Izba Kontroli - najwyższa instytucja kontrolna w Polsce, podlegająca Sejmowi RP. Kontroluje zadania publiczne w interesie państwa i obywateli.



W kobiecym interesie: główne założenia kampanii

- Program bezpłatnych badań w wybranych miastach - od 6 do 10 lokalizacji w wybranych województwach.
- Każda edycja koncentrowała się na innych wyzwaniach związanych z dostępem do badań ginekologicznych i starała się odpowiadać na te wyzwania na poziomie lokalnym.
- Każdą edycję poprzedza badanie opinii publicznej związane z tematem i świadomością profilaktyki zdrowotnej w obszarze ginekologii.
- W pełni wyposażony mobilny gabinet ginekologiczny.
- Współpraca z miejscowym personelem medycznym, fundacjami i administracją lokalną (patronaty).
- Lokalna promocja kampanii - zachęcanie kobiet do poddania się badaniom.



Mobilny Gabinet Ginekologiczny na zdjęciach



W kobiecym interesie:

cele kampanii

- Zachęcanie kobiet do regularnych wizyt u ginekologa i przekazywanie wiedzy na temat potrzeby częstych badań ginekologicznych
- Budowanie wizerunku Gedeon Richter jako firmy, która dba o zdrowie wszystkich kobiet i działa „w kobiecym interesie”.
- Budowanie i wzmacnianie relacji z kluczowymi grupami interesariuszy, w tym decydentami, organizacjami pacjentów, środowiskiem medycznym i mediami.

grupy docelowe

- Pacjentki - wszystkie dorosłe kobiety bez względu na wiek, status finansowy czy miejsce zamieszkania, lokalne społeczności
- Liderzy opinii, grupy publiczne i organizacje pozarządowe
- Media/influencerzy (grupa pośrednia)



W kobiecym interesie:



Pierwsza edycja kampanii: „Zbadaj się w kobiecym interesie!”

Inspiracją dla pilotażowej kampanii zrealizowanej w 2019 roku był wspomniany raport Najwyższej Izby Kontroli o dostępności usług ginekologicznych w Polsce. We wnioskach podkreślono problem nierówności w dostępie do usług ginekologiczno-położniczych na obszarach wiejskich i miejsko-wiejskich objętych raportem.

Wnioski te skłoniły Gedeon Richter Polska do zaangażowania się w rozwiązanie tego problemu poprzez zaoferowanie bezpłatnych badań kobietom mieszkającym w takich regionach.

Druga edycja kampanii: „Rozbierz się i zbadaj – w interesie kobiet”

Inspiracją dla drugiej edycji kampanii były wyniki badania przeprowadzonego przez Polski Instytut Badawczy. Wynikało z niego, że Polki nie odwiedzają regularnie ginekologa z powodu barier psychologicznych – w szczególności z powodu skrępowania i dyskomfortu odczuwanego podczas wizyt. Dlatego też druga edycja kampanii skupiła się na edukowaniu i wspieraniu kobiet w zakresie niwelowania barier związanych z dyskomfortem, skrępowaniem i lękiem przed wizytą u ginekologa.

(z)BADAJ SIĘ
W KOBIECYM INTERESIE!

ZAPRASZAMY NA
BEZPŁATNE
KONSULTACJE
I BADANIA
GINEKOLOGICZNE
(USG, CYTOLOGIA) W MOBILNYM
GABINECIE GINEKOLOGICZNYM
AKCJI

W KOBIECYM INTERESIE

DATA:
00.00.0000

GDZIE:
XYZ

GODZINY:
10.00-16.00

INICJATOR
GEDEON RICHTER

PATRON HONOROWY

PATRONAT

Trzecia edycja kampanii: „Strach ma wielkie oczy – kieruj się zdrowiem”.

Aby pandemia nie stała się dla pań kolejną wymówką do odkładania badań na później, trzecia edycja kampanii „W kobiecym interesie” skupiła się również na nieustannym zachęcaniu pań do regularnych badań ginekologicznych (szczególnie w okresie pandemii) oraz pomaganiu kobietom w przełamywaniu bariery leku związanego z badaniami.

Czwarta edycja kampanii: „Nie wykluczamy, badamy w kobiecym interesie”.

Wedle oszacowań w Polsce żyje ponad 1,5 miliona kobiet z niepełnosprawnościami, a przy tym tylko 158 gabinetów ginekologicznych w całym kraju jest dostosowanych do ich potrzeb. Czwartą edycję kampanii „W kobiecym interesie” skierowano do wszystkich pacjentek – a w szczególności do pań z niepełnosprawnościami. W ramach kampanii powstała mobilna klinika ginekologiczna dostosowana do potrzeb kobiet z różnymi niepełnosprawnościami. Mobilna klinika, pierwsza tego typu w Polsce, odwiedziła trzy województwa.

Piąta edycja kampanii: „Dostrzegamy! Badamy. W kobiecym interesie”

Piąta edycja kampanii miała na celu zwrócenie uwagi na problemy kobiet, które stają się „niewidzialne” w wielu aspektach swojego życia. Kobiety te doświadczają wielu zmian w sferze zawodowej (emerytura) i prywatnej (rola babci), a także w swoim ciele i aparycji. Skupiają się bardziej na potrzebach swoich bliskich niż na sobie, co skutkuje odkładaniem badań. Celem tej edycji było podkreślenie, że kobiety nie są i nie mogą być „niewidzialne”, a ich potrzeba dbania o zdrowie nie powinna być związana z wiekiem.

W kobiecym interesie: podsumowanie wszystkich edycji kampanii

- Liczba odwiedzonych województw: **16** (wszystkie województwa w Polsce)
- Liczba odwiedzonych miast: **56**
- Liczba przebadanych kobiet: **1 584**
- Liczba przebadanych kobiet z niepełnosprawnościami: **128** (podczas dwóch edycji)
- Liczba skierowań do szpitala: **204**



W kobiecym interesie: podsumowanie wszystkich edycji kampanii

Efekty medialne:



3 967

Całkowita liczba publikacji



48,2 mln

Całkowity zasięg w mediach



~2,4 mln euro

AVE (ogółem)



Podsumowanie efektów

Sukcesy osiągnięte dzięki skutecznym działaniom:

- Informowanie o konieczności regularnego poddawania się profilaktycznym badaniom ginekologicznym.
- Zwrócenie uwagi na bariery, które zniechęcają kobiety do regularnego poddawania się badaniom.
- Współpraca z ekspertami.
- Zapewnienie dostępu do bezpłatnych badań w mniejszych miejscowościach.
- Zaangażowanie mediów i influencerów/ambasadorów kampanii.



Szósta edycja kampanii "Powiedz jej o tym. W kobiecym interesie"

2024

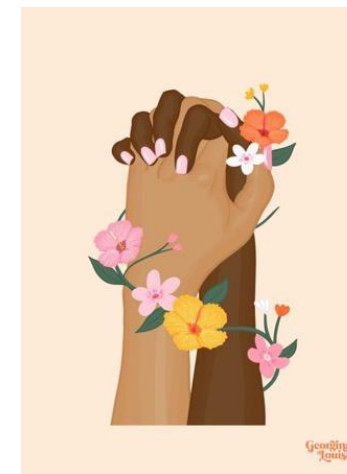
Celem tegorocznej edycji kampanii jest zwiększenie świadomości wśród dorosłych kobiet, w tym kobiet z niepełnosprawnościami, na temat konieczności regularnego wykonywania badań cytologicznych oraz walka z nierównościami w dostępie do świadczeń zdrowotnych poprzez umożliwienie im wykonania profilaktycznych badań lekarskich w miejscu zamieszkania.

W tym roku zależy nam na zachęceniu kobiet i mężczyzn do rozmowy z najbliższymi na temat profilaktyki zdrowia ginekologicznego.

W trosce o zasięg przedsięwzięcia będziemy prowadzić intensywne działania komunikacyjne mające na celu przekazanie informacji o akcji za pośrednictwem mediów społecznościowych, ogólnopolskich, regionalnych i lokalnych – wszędzie tam, gdzie będą przeprowadzane badania.

Równolegle, m.in. w tym zakresie, będziemy współpracować z lokalnymi fundacjami i instytucjami. Do współpracy zapraszamy także Ogólnopolską Organizację „Kwiat Kobiecości”, Stowarzyszenie Kobiet z Problemami Onkologiczno Ginekologicznymi „Magnolia”, Fundację Różowa Skrzyneczka, Polskie Towarzystwo Ginekologów i Położników oraz inne organizacje pacjenckie.

Oficjalny start kampanii zaplanowaliśmy na 8 maja 2024 r w Światowy Dzień Świadomości Raka Jajnika .



**Dziękujemy
za uwagę!**

