



Bo liczy się zdrowie

Because health counts



**Dobre praktyki w projektach
Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy**
**Best practices in projects under Swiss-Polish
Cooperation Programme**



Bo liczy się zdrowie

Because health counts



**Dobre praktyki w projektach
Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy
Best practices in projects under Swiss-Polish
Cooperation Programme**





Spis treści

Słowo wstępne Ministra Zdrowia	4
Słowo wstępne Ambasadora Szwajcarii	6
Szwajcarsko-Polski Program Współpracy w służbie zdrowiu	9
Program szwajcarski a zdrowie Polaków	12
Realizowane projekty	17
Innowacje	25
Kampanie społeczne z szerokim wykorzystaniem nowoczesnych kanałów komunikacji	31
Imprezy masowe i pikniki zdrowotne	41
Edukacja zdrowotna	49
Konkursy	59
Rozpowszechnianie rezultatów i dobrych rozwiązań	63
Kontakty	66

Table of contents

Minister of Health foreword	4
Swiss Ambassador to Poland foreword	6
Swiss-Polish Cooperation Programme in healthcare	9
The Swiss program and the health of Poles	12
Implemented projects	17
Innovations	25
Social campaigns with broad use of modern communications channels	31
Mass events and health picnics	41
Health education	49
Contests	59
Promoting results and best practices	63
Contact details	66

Szanowni Państwo,

oddaję w Państwa ręce drugi folder poświęcony obszarowi tematycznemu ochrona zdrowia Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy (SPPW). Tym razem prezentujemy w nim najlepsze praktyki wypracowane w projektach Celu 1.

Projekty te koncentrowały się na profilaktyce i promocji zdrowia. Są to podstawowe zadania opieki zdrowotnej. Ministerstwo Zdrowia i strona szwajcarska przeznaczyły na ten cel łącznie ok. 20 mln franków szwajcarskich. Dzięki temu możliwa była realizacja projektów dotyczących higieny jamy ustnej najmłodszych, zapobieganiu zakażeniom HCV, zapobieganiu nadwadze i otyłości oraz przeciwdziałaniu uzależnieniom od niebezpiecznych używek kobiet planujących ciążę. Było to pierwsze tak znaczące wsparcie tego obszaru ze środków zagranicznych. Przyniosło ono ogromne korzyści m.in. dzieciom, młodzieży i przyszłym rodzicom. To niezmiernie ważne grupy, gdyż dają nadzieję na zbudowanie świadomości znaczenia troski o zdrowie w kolejnych pokoleniach.

Bez wątpienia, to styl życia i świadomość zdrowych zachowań ma największy wpływ na zdrowie. Dlatego tak ważne jest prowadzenie działań profilaktycznych i prozdrowotnych,

dzięki którym ludzie będą dłużej cieszyć się dobrym zdrowiem, realizować swoje pasje i marzenia czy też być radością dla swoich bliskich.

Cieszy więc, że w samym tylko projekcie „Dzieciństwo bez próchnicy” wzięło udział 360 tysięcy dzieci i drugie tyle dorosłych – rodziców, opiekunów i wychowawców. Pozostałe inicjatywy także spotkały się z ogromnym zainteresowaniem, o czym szczegółowo dowiedzą się Państwo z tej publikacji. Zawiera ona także wypowiedzi osób uczestniczących w projektach. Niewątpliwie, potwierdzają one potrzebę i skuteczność programów profilaktycznych. Na fotografiach utrwalone zostały codzienne działania w ramach projektów. Dzięki temu będą Państwo mogli poznać je lepiej, a nawet poczuć się jak ich uczestnicy.

Zdrowie społeczeństwa i przyszłych pokoleń to jedna z największych wartości. O tym, jak będzie wyglądać jutro, trzeba myśleć już dziś. Dlatego też tak ważna jest profilaktyka i kształtowanie dobrych postaw już od najmłodszych lat. Wierzę głęboko, że środki SPPW zostały spożytkowane efektywnie. Zapoczątkowane dzieło z całą pewnością znajdzie swoją kontynuację w działaniach Ministerstwa Zdrowia, czego przykładem już dziś jest Narodowy Program Zdrowia.

Niech projekty zaprezentowane w tej publikacji będą inspiracją do dalszych działań zmieniających nas i nasze otoczenie.

Życzę Państwu ciekawej lektury.

Konstanty Radziwiłł,
Minister Zdrowia



Dear Readers,

I present you with the second folder of the Swiss-Polish Cooperation Programme (SPCP), addressing health-care issues. This time we present the best practices developed in projects under Objective 1.

These projects focused on disease prevention and health promotion. These are the basic tasks of health-care.

The Ministry of Health and the Swiss side allocated a total of approximately 20 million Swiss francs to this objective, enabling the implementation of projects in areas such as children's oral health, HCV prevention, excess weight and obesity prevention, and preventing addiction to dangerous substances of women planning pregnancy. It was the first time these areas were supported with foreign funds on such a significant scale, with enormous benefits to groups such as children, adolescents and future parents. These are extremely important groups, carrying hope for building health awareness in subsequent generations. It is beyond any doubt that lifestyles and awareness of pro-health behaviours have the greatest impact on health outcomes. That is why it is so important to implement prevention and pro-health efforts that enable people to enjoy good health for longer,

pursue passions and dreams, and remain sources of happiness for their loved ones.

We are therefore glad that only the "Caries-free childhood" project itself attracted 360 000 children and twice as many adults – parents, caregivers and educators. The other initiatives also enjoyed enormous popularity, as you will find out in detail in this publication.

It also contains quotes from persons participating in the projects, undoubtedly confirming the need and effectiveness of prevention programmes.

The photographs show the daily activities of the projects. They will give you a better understanding of their essence, and perhaps even enable you to share the experience of their participants.

Public health and the health outcomes of future generations are one of the most important values. We need to think today about our tomorrow. That is why it is so important to prevent problems and shape good habits in the youngest generations. I strongly believe that the SPCCP funds have been put to good and effective use. This work in progress will certainly be continued by the Ministry of Health and the National Health Program may serve as an example.

May the projects presented in this publication serve as inspiration for future efforts to change us and our environment for the better.

I wish you a pleasant reading.



Konstanty Radziwiłł,
Minister of Health

Szanowni Czytelnicy,

jestem dumny, że mogę podzielić się z Państwem osiągnięciami czterech ogólnopolskich projektów, które otrzymały dofinansowanie w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Projekty te przez kilka ostatnich lat przyczyniały się do poprawy wykrywania i zwalczania różnych chorób i zwiększania świadomości na temat zdrowego stylu życia.

Zarówno Polska, jak i Szwajcaria postrzegają promocję zdrowia i profilaktykę chorób jako niezwykle istotną kwestię, której znaczenie zdecydowanie wzrosło w ciągu ostatniej dekady. Prowadzenie zdrowego stylu życia wymaga dostępu zarówno do profilaktyki, jak i leczenia chorób. Jednakże potrzeba leczenia może być znacząco zmniejszona, jeśli tylko profilaktyce chorób poświęci się wystarczająco dużo uwagi i środków finansowych. Działania prewencyjne przynoszą wymierne efekty pod względem ekonomicznym, ponieważ pozwalają obniżyć koszty leczenia, a co więcej, przyczyniają się do poprawy jakości naszego życia, czyniąc nas zdrowszymi i szczęśliwsiymi.

Tym samym, kiedy rozpoczynano w 2007 roku Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, promocja zdrowia oraz profilaktyka chorób zostały przez obie strony wspólnie określone jako jedno z priorytetów szwajcarskiego wsparcia dla Polski. Cztery projekty wdrażane przez wysoce profesjonalne polskie instytucje zostały wytypowa-

ne do realizacji w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Program ten stanowi natomiast część większego wsparcia finansowego, tak zwanego Swiss Enlargement Contribution – dofinansowania na rzecz rozszerzonej Unii Europejskiej, którego źródło stanowi solidarność Szwajcarii z nowymi państwami członkowskimi, które wstąpiły do Unii Europejskiej w 2004 roku i później. Program wsparcia dla Polski jest największy i wynosi 489 milionów franków szwajcarskich, co według stanu na początek 2017 roku odpowiadało około 1,9 miliarda złotych. Z tej kwoty około 17 milionów franków szwajcarskich zostało przyznanych na promocję zdrowia i profilaktykę chorób. Problemy, z którymi miały zmierzyć się projekty, zostały wybrane na podstawie rzeczywistych potrzeb i wyzwani: wzrost otyłości, szczególnie wśród dzieci; wysoki odsetek osób palących papierosy i spożywających nadmiernie alkohol, również przez kobiety w ciąży; niezadowolający stan uzębienia wśród dzieci oraz brak danych i niska świadomość zagrożeń wynikających z zakażenia wirusem zapalenia wątroby typu C. Działania we wszystkich obszarach skierowane na zapobieganie chorobom i promocję zdrowego stylu życia miały spowodować zmiany w zachowaniu osób z grup ryzyka. Wywołanie owych zmian to przedsięwzięcie pełne wyzwań, które wymaga wielowymiarowego wysiłku wielu specjalistów – wystarczy wymienić choćby leka-

rzy pielęgniarki/pielęgniarzy, nauczycieli, specjalistów ds. komunikacji. Chciałbym wyrazić moją głęboką wdzięczność wszystkim zespołom wdrażającym projekty, kierownikom projektów, koordynatorom lokalnym, ekspertom, partnerom oraz interesariuszom, za ich zaangażowanie i prawdziwe poświęcenie, które były niezbędnym elementem owocnej realizacji wszystkich czterech projektów. Mimo tego, że realizacja projektów dobiega końca, zdajemy sobie sprawę, iż problemy, których dotyczyły owe projekty, nie zostały całkowicie rozwiązane i że wysiłki podejmowane w trakcie ich wdrażania powinny być kontynuowane. Wyjątkowe osiągnięcia zaprezentowane w niniejszej publikacji dowodzą, że uzasadnione jest położenie nacisku na dalszą promocję zdrowia i profilaktykę chorób. Mam nadzieję, że publikacja ta będzie inspiracją dla kolejnych działań w tym obszarze. Czego bowiem cenniejszego możemy życzyć naszym rodzinom i przyjaciołom niż dobrego zdrowia? Życzę Państwu przyjemnej lektury.



Andrej Motyl,
Ambasador Szwajcarii w Polsce

Dear Readers,

I am proud to share with you the achievements of four country-wide projects, which have been funded within the framework of the Swiss-Polish Cooperation Program. These projects have been contributing in the past few years to improve the detection and the prevention of various diseases and to raise awareness on healthy lifestyles.

Both Poland and Switzerland recognize that health promotion and the prevention of diseases is a crucial topic, which has considerably gained importance in the last decade. Living a healthy life requires access to both prevention and treatment of illnesses. However, the necessity of treating diseases can be significantly reduced if enough attention and financial means are dedicated to prevention. Prevention brings tangible results in economic terms, as it allows reducing costly treatments, but, more importantly, it contributes to increase the quality of our lives, making them healthier and happier.

Consequently, when the Swiss-Polish Cooperation Program was launched in 2007, health promotion and the prevention of diseases have been mutually agreed by our countries as one of the priorities for the Swiss support to Poland. Four projects, implemented by highly professional Polish institutions, were selected as part of the Swiss-Polish

Cooperation Program. This Program constitutes a part of a larger financial contribution, the so called Enlargement Contribution, whose starting point was Switzerland's solidarity with the states that joined the European Union in 2004 and later. The support program for Poland is by far the largest, and it amounts to 489 million Swiss Francs, which, as of today, corresponds to over 1.9 billion Polish Zloty. Out of this amount, around 17 million Swiss Francs have been allocated to health promotion and the prevention of diseases.

The topics to be addressed by the selected projects were chosen based on actual needs and challenges: increasing overweight, especially among children; high rate of persons smoking cigarettes and excessively drinking alcohol, including pregnant women; poor oral health among children; and lack of data and limited awareness on hepatitis C infections. In all areas, activities aimed at the prevention of diseases and at the promotion of healthy lifestyles had the objective to induce changes in the behaviors of persons at risk. Triggering behavioral changes is definitely a very challenging undertaking, which requires a multidimensional effort of different specialists – doctors, nurses, teachers, communication specialists, to name just a few. I would like to express my

deep gratitude to all project teams, task leaders, local coordinators, experts, project partners and stakeholders for their commitment and true dedication, which have been essential elements for the successful implementation of all four projects.

Even though the projects have been meanwhile completed, we are aware of the fact that the problems that they addressed have not been fully eradicated and that the efforts undertaken under the four projects shall be continued. The remarkable achievements presented in this publication prove that it is meaningful to put further emphasis on health promotion and especially the prevention of diseases.

I do hope that this publication will provide inspiration for further undertakings in this respect.

Ultimately, what more precious wish can we express to our family and friends than perfect health?

I wish you interesting reading.



Andrej Motyl,
Swiss Ambassador to Poland



Szwajcarsko-Polski Program Współpracy w służbie zdrowiu

Program Szwajcarski, czyli Szwajcarsko-Polski Program Współpracy

Środki przekazane przez Szwajcarię 12 państwom, które wstąpiły do Unii Europejskiej w 2004 r. i 2007 r., w Polsce przyjęły formę, wartego ok. 489 mln CHF, Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Jego celem jest zmniejszanie różnic społeczno-gospodarczych istniejących pomiędzy Polską a wyżej rozwiniętymi państwami UE oraz różnic w obrębie Polski – pomiędzy ośrodkami zamożnymi a regionami słabo rozwiniętymi pod względem strukturalnym.

Obszar tematyczny „ochrona zdrowia”

Obszar tematyczny „ochrona zdrowia” otrzymał wsparcie w wysokości 38 979 938 CHF. Jest on realizowany poprzez dwa cele:

Cel 1 – Profilaktyka zdrowia – Promocja zdrowego trybu życia oraz zapobieganie chorobom zakaźnym na poziomie krajowym i na obszarach koncentracji geograficznej oraz

Cel 2 – Pomoc społeczna – Poprawa usług podstawowej opieki zdrowotnej i usług opieki społecznej na peryferyjnych i zmarginalizowanych terenach obszarów objętych koncentracją geograficzną, z preferencją dla wielosektorowego podejścia programowego.

Niniejsza publikacja zawiera doświadczenia, dobre praktyki, jak również innowacyjne rozwiązania w działaniach służących poprawie zdrowia Polaków, dzięki realizacji czterech projektów w ramach Celu 1. Projekty te obejmują działania informacyjne, profilaktyczne i promocji zdrowia, kampanie społeczne oraz szkolenia ukierunkowane na :

- poprawę zdrowia jamy ustnej u małych dzieci,
- zapobieganie nadwadze i otyłości,
- zapobieganie zakażeniom HCV,
- przeciwdziałania uzależnieniom od używek.

Mają one zasięg ogólnopolski. Skierowane są do ogółu społeczeństwa, w tym w szczególności do: dzieci i młodzieży, kobiet w wieku prokreacyjnym, pracowników służby zdrowia.

Realizacja projektów rozpoczęła się między lipcem 2011 r. a lipcem 2012 r., natomiast ich działania merytoryczne trwały do 31 marca 2017 r.

Procedura naboru projektów w ramach Celu 1 miała charakter pozakonkursowy. Propozycje kluczowych obszarów wymagających wsparcia finansowego zostały zgłoszone przez Ministerstwo Zdrowia, a następnie przeszły dwustopniową procedurę oceny prowadzoną zarówno po stronie polskiej, jak i szwajcarskiej.

Swiss-Polish Cooperation Programme in healthcare

Swiss Programme, or the Swiss-Polish Cooperation Programme

The funds provided by Switzerland to the 12 states that joined the European Union in 2004 and 2007, materialized in Poland in the form of the 489-million CHF Swiss-Polish Cooperation Programme. The aim of the programme is to reduce socio-economic disparities that exist between Poland and better developed countries of the European Union and the differences between urban centres and structurally less developed regions in Poland.

The “health care” focus area

The “health care” focus area received support amounting to CHF 38 979 938. Two objectives are being implemented:

Objective 1 – To promote healthy lifestyles and to prevent communicable diseases on national level and in geographical focus areas, and

Objective 2 – To strengthen primary health care and social services in the peripheral and disadvantaged region of the geographic focus areas in favouring a multi-sectoral programmatic approach.

This publication contains the learnings, best practices and innovative solutions in efforts aimed at improving public health in Poland through the implementation of four projects as part of Objective 1. These projects include education, prevention and health promotion, social campaigns and trainings focused on:

- improving oral health in children,
- preventing excess weight and obesity,
- preventing HCV infections,
- preventing substance addiction.

These are national in scope. They are addressed to the general public, in particular to children and adolescents, women of reproductive age and healthcare professionals. These projects were launched between July 2011 and July 2012 and continued until 31 March 2017.

Projects under Objective 1 were selected in a non-competitive procedure. Suggestions of key areas requiring financial support were forwarded by the Ministry of Health, then passed a two-step evaluation procedure by the Polish and Swiss sides.

In the course of the evaluation, the donor decided to provide financing totalling CHF 17 048 031 to four projects which, due to their complexity and broad spectrum of activities, are being referred to as programmes. The amount provided by Switzerland

W wyniku prowadzonej oceny, decyzją darczyńcy dofinansowanie na łączną kwotę 17 048 031 CHF otrzymały 4 projekty, które ze względu na swoją kompleksowość i szerokie spektrum działań określane są programami. Kwota przyznana przez Szwajcarię stanowi 85% ich całkowitej wartości. Pozostałe 15% zostało przekazane przez Ministerstwo Zdrowia.

Projekty realizowane

1. KIK/33 Edukacja, promocja i profilaktyka w kierunku zdrowia jamy ustnej skierowana do dzieci przedszkolnych, ich rodziców, opiekunów i wychowawców

Projekt ma na celu zmniejszenie powszechności i częstości występowania próchnicy u dzieci w wieku 0-5 lat na terenie całego kraju. Obejmuje edukację prozdrowotną i profilaktykę stomatologiczną chorób jamy ustnej u dzieci, w zakresie zabiegów higienicznych jamy ustnej, prawidłowego żywienia i kształtowania nawyków prozdrowotnych dotyczących higieny jamy ustnej. Działania kierowane są bezpośrednio do dzieci, jak również do rodziców, opiekunów, wychowawców przedszkolnych oraz personelu medycznego, w tym pediatrów, pielęgniarek i położnych, mających kontakt z najmłodszymi dziećmi.

2. KIK/34 Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej

Projekt o zasięgu krajowym, zakłada długofalową kampanię edukacyjną na temat zdrowego trybu życia, skierowaną do całego społeczeństwa, a w szczególności do osób otyłych i z nadwagą, kobiet w ciąży i matek karmiących, osób pracujących w obszarze zdrowia, dzieci i młodzieży, rodziców, nauczycieli, dyrektorów szkół, osób zajmujących się żywieniem w szkołach, konsumentów i producentów żywności.

constitutes 85% of these programmes' total value. The remaining 15% was supplied by the Ministry of Health.

Implemented projects

1. KIK/33 Education, promotion and prevention as regards oral health care directed to small children, their parents, carers and teachers

This project is designed to reduce the prevalence of caries in children aged 0-5 throughout the country. It comprises health education and oral dental prophylaxis for children, including in particular oral hygiene, proper nutrition, and shaping pro-health habits concerning oral hygiene. These activities are addressed directly to children, but also to parents, caregivers, preschool teachers and medical personnel, including paediatricians, nurses and midwives who attend the youngest children.

2. KIK/34 Preventing overweight and obesity as well as chronic diseases by education on nutrition and physical activity of the society

Nationwide project providing for a long-term campaign to promote healthy lifestyles, addressed to the general public, in particular to obese and overweight people, pregnant women and breastfeeding mothers, healthcare professionals, children and youth, parents, teachers, school directors, school nutritionists, consumers and food producers.





3. KIK/35 Zapobieganie zakażeniom HCV

Celem projektu jest obniżenie ryzyka przenoszenia wirusa zapalenia wątroby typu C (HCV) w Polsce. Projekt służy podniesieniu świadomości społecznej na temat HCV, w tym m.in. źródeł i ryzyka zakażeń. W całym kraju prowadzone są kampanie społeczne i szkolenia dla pracowników służby zdrowia, pacjentów oraz dostawców usług, które stwarzają ryzyko zakażeń chorobami krwiopochodnymi (np. salony tatuażu, salony kosmetyczne i fryzjerskie).

4. KIK/68 Profilaktyczny program w zakresie przeciwdziałania uzależnieniu od alkoholu, tytoniu i innych środków psychoaktywnych

Projekt ma na celu ograniczenie używania tytoniu, alkoholu i innych substancji psychoaktywnych, w szczególności wśród kobiet w wieku prokreacyjnym oraz ich rodzin. Ma zasięg ogólnopolski i jest skierowany m.in. do uczniów szkół ponadgimnazjalnych i ich rodziców, zakładów pracy, kadry medycznej podstawowej opieki zdrowotnej, pediatrów, ginekologów, neonatologów, lekarzy medycyny pracy, położnych, wojewódzkich i powiatowych stacji sanitarno-epidemiologicznych oraz nauczycieli.



3. KIK/35 Prevention of Hepatitis C Virus (HCV) infections

The goal of this project is to reduce the risk of HCV infection in Poland. The project is designed to improve social awareness of HCV, including sources and risks of infection. The project includes social campaigns and trainings for healthcare professionals, patients and providers of services that involve the risk of transmission of blood-borne diseases (e.g. tattoo, beauty and hair salons).

4. KIK/68 Prophylactic programme for the prevention of addiction to alcohol, tobacco, and other psychoactive substances

The project is designed to limit the consumption of tobacco, alcohol and other psychoactive substances, especially among women of reproductive age and their families. It is national in scope and addressed to secondary school students and their parents, work establishments, primary care medical staff, paediatricians, gynaecologists, neonatologists, occupational medicine physicians, midwives, voivodeship and poviats sanitary-epidemiologic stations and teachers.

Program szwajcarski a zdrowie Polaków

Kiedy w 2007 r. rozpoczęto prace nad programowaniem Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, Minister Zdrowia wskazał cztery, istotne z punktu widzenia zdrowia publicznego w Polsce, problemy wymagające wsparcia finansowego.

Pierwszy problem dotyczył powszechnego występowania choroby próchnicowej u małych dzieci i związanych z tym konsekwencji zdrowotnych. Dane na temat stanu zdrowia Polaków wciąż wskazują, iż prawie 58% polskich trzylatków (2009 r.) i niemal 85% sześciolatków (2012 r.) dotyka choroba próchnicowa zębów. Niestety, wynika to przede wszystkim z niewiedzy oraz zaniedbań, których dopuszczają się rodzice bagatelizujący problem. W ich opinii próchnicy nie da się uniknąć, a zaatakowane nią zęby mleczne nie muszą być leczone. Także postawa oraz stan wiedzy większości opiekunów przedszkolnych, lekarzy, pielęgniarek i położnych pozostawiają wiele do życzenia. To właśnie oni mają znaczny wpływ na kształtowanie dobrych nawyków u podopiecznych od najmłodszych lat życia.

Na powstanie choroby próchnicowej ma wpływ wiele czynników. Są to zaniedbania w higienie jamy ustnej, niewłaściwa dieta bogata w cukry, a także zarażenie próchnicą, do którego dochodzi najczęściej w pierwszych miesiącach życia. Co więcej, zawiązki zębów u człowieka zaczynają kształtować się już w okresie płodowym, więc o jamę ustną i dietę powinna dbać również kobieta w okresie ciąży. Aby walka z próchnicą była skuteczna, należy uwrażliwiać na problem jak największą grupę społeczeństwa. Taka też była idea projektu „Dzieciństwo bez próchnicy” (KIK/33).



The Swiss program and the health of Poles

When work started on programming the Swiss-Polish Cooperation Program in 2007, the Minister of Health indicated four public health problems in Poland that required financial support.

The first problem concerned the widespread prevalence of caries in small children, and the related health effects. Polish health data still shows that nearly 58% of Polish three-year-olds (2009) and nearly 85% of six-year-olds (2012) are affected by caries. Unfortunately, this is mainly due to insufficient knowledge and neglect on the part of parents who disregard the problem. They believe caries is unavoidable, and that affected baby teeth need not be treated. The attitude and knowledge of the majority of preschool tutors, doctors, nurses and midwives also leave a lot to be desired. Meanwhile, it is these professionals who strongly influence the development of good habits in the youngest children.

Many factors contribute to the development of caries. These include neglected oral care, an improper, sugar-rich diet and caries infection which occurs usually in the first months of life. Moreover, human teeth begin to shape already in the fetal stage, therefore pregnant women should also focus on oral care and diet. To fight caries effectively, the problem must be brought to the awareness of society at large. That was the idea behind the project entitled “Caries-free childhood” (KIK/33).





Kolejnym, jednym z najistotniejszych problemów zdrowia publicznego w Polsce, jest rosnący odsetek osób z nadwagą i otyłością. Jak wynika z ostatnich badań otyłość i nadwaga dotyczą w różnym stopniu wszystkich grup wiekowych. Co drugi mężczyzna i co druga kobieta w Polsce mają nadwagę lub otyłość, w tym co piąta osoba jest otyła. Częstość występowania tych schorzeń wykazuje tendencję wzrostową. Wśród mężczyzn w wieku 50–59 lat w 2000 r. otyłość stwierdzano dwukrotnie częściej niż w 1991 r. (25,3% vs 12,4%). W badaniu przeprowadzonym w latach 2013–2014 w 16 województwach, w pełni potwierdzono alarmującą sytuację w zakresie nasilenia otyłości. Stwierdzono ją u 24,2% mężczyzn i 23,4% kobiet w wieku od 20. do 74. roku życia, a nadwagę – odpowiednio u 43,1% i 29,5%. W populacji dzieci i młodzieży odsetek chłopców oraz dziewcząt z nadwagą i otyłością wynosi odpowiednio 21,9% i 17,8%. Wśród innych krajów Polska przesunęła się, niestety, do ścisłej czołówki. Pod względem częstości ich występowania w populacji osób dorosłych zajmuje teraz 5. miejsce (DuPont, Światowy Indeks Bezpieczeństwa Żywnościowego, 2016). Tak dynamiczny wzrost niesie ze sobą olbrzymie konsekwencje zdrowotne i ekonomiczne, a także może niekorzystnie wpływać na rozwój cywilizacyjny naszego kraju. Dzieci oraz młodzież dotknięte nadwagą i otyłością są narażone na różne choroby: m.in. na cukrzycę typu 2, nadciśnienie czy zaburzenia hormonalne. Zmniejszają się także ich szanse edukacyjne. Liczne problemy behawioralne, takie jak depresja, zachowania agresywne, zaburzenia koncentracji, uwagi i pamięci, mogą przyczyniać się do problemów w szkole i powodować gorsze wyniki w nauce. U dorosłych nadwaga i otyłość są istotnymi czynnikami ryzyka rozwoju wielu przewlekłych chorób niezakaźnych, takich jak cukrzyca typu 2, choroby układu sercowo-naczyniowego, choroba zwyrodnienia stawów i wielu nowotworów, w tym: raka piersi, trzonu macicy i endometrium, przełyku, trzustki, jelita grubego. Projekt „Zachowaj równowagę” (KIK/34), dzięki swej wszech-



Another major problem of public health in Poland is the growing percentage of people with excess weight and obesity. Recent data shows that obesity and excess weight affect all age groups at different levels. Half of men and women in Poland are overweight or obese, and one in five is obese. The prevalence of these conditions is an upward trend. In 2000, men aged 50–59 were twice as likely to be obese than in 1991 (25.3% vs. 12.4%). The study conducted in 2013–2014 in 16 voivodeships, fully confirms the alarming situation of rising obesity. It was found in 24.2% of men and 23.4% women aged 20–74, whereas excess weight in 43.1% and 29.5% respectively. In the population of children and adolescents, the percentage of boys and girls with excess weight and obesity was 21.9% and 17.8% respectively. Compared to other countries, Poland unfortunately moved up to the very top of the ranking, now at fifth place in terms of prevalence of excess weight and obesity in the adult population (DuPont, Global Food Security Index, 2016). This dynamic growth entails huge health and economic consequences, and threatens to adversely affect the civilisational development of our country. Children and adolescents affected by excess weight and obesity are at risk of various diseases including type II diabetes, hypertension and hormonal disorders. Their educational opportunities are also reduced. Multiple behavioural problems such as depression, aggression, problems with concentration, focus and memory can contribute to problems in school and result in poorer academic accomplishments. In adults, excess weight and obesity are important factors in the development of many non-communicable chronic diseases such as diabetes type II, cardiovascular diseases, degenerative changes in the joints and many types of cancer including cancer of the breast, uterus, endometrium, oesophagus, pancreas and large intestine. The comprehensive and complex “Keep the balance” (KIK/34) project was a suc-



stronnej i kompleksowej strukturze, stanowił udaną próbę zasygnalizowania problemu oraz złagodzenia tych niekorzystnych tendencji. Jego kontynuację zapewni Narodowe Centrum Edukacji Żywnościowej stworzone jako zwierzczenie działań projektowych.

Trzecim problemem wskazanym jako istotny dla stanu zdrowia społeczeństwa Polski było wirusowe zapalenie wątroby typu C (wzw C). Jako nie w pełni rozpoznany i zarazem poważny problem stanowił duże wyzwanie społeczne i badawcze, na skalę znacznie przekraczającą możliwości finansowe i organizacyjne różnych zaangażowanych w działania podmiotów: stowarzyszeń pacjentów, grup eksperckich czy też fundacji. W momencie rozpoczynania prac nad założeniami projektu „Zapobieganie zakażeniom HCV” (KIK/35) dostępne dane wskazywały, iż w Polsce liczba osób potencjalnie zakażonych HCV wynosi według WHO aż 2%. Wiadomo było również, że brakuje szczepionki przeciw HCV oraz że dostępne terapie zapobiegające zakażeniom tym wirusem są mało efektywne. Dodatkowo istotnym faktem była świadomość powszechnego przekonania, że przeznaczenie jakichkolwiek środków finansowych na profilaktykę ograniczy liczbę osób, które można poddać leczeniu. Skupienie się jednak tylko na leczeniu jest strategią błędną, ponieważ w Polsce zakażenia HCV są ukrytą epidemią o ogromnej skali. Niemożliwe jest ograniczenie tego zjawiska wyłącznie poprzez leczenie osób z rozpoznanym wzw C.

Obecnie szacuje się, że w Polsce wirusem HCV zakażonych jest ok. 200 tys. osób dorosłych (w zależności od badań zakres ten wynosi od 150 do 250 tys.). Oznacza to, że wśród 100 dorosłych osób 1 osoba może być zakażona wirusem HCV. Niestety, dostępne dane pokazują, że tylko co 10. zakażony wie o swojej chorobie.

Ostatnim strategicznym obszarem, wskazanym przez Ministra Zdrowia do realizacji w Szwajcarsko-Polskim Programie Współpracy, był problem stosowania substancji



cessful attempt to signal the problem and alleviate these adverse tendencies. The program will be continued by the National Centre for Nutritional Education, created as the end result of the project.

The third problem indicated as important for public health in Poland was hepatitis C (HCV). As a not fully identified, but also serious health problem, HCV constitutes a major social and research challenge, the scale of which significantly exceeds the financial and organizational capacity of various involved entities: patient associations, expert groups and foundations. At the time of beginning the works on the guidelines to the “Prevention of Hepatitis C Virus (HCV) infections” (KIK/35) project, available data indicated that according to the WHO the number of people potentially infected with HCV in Poland may amount to as much as 2%. It is also known that no vaccine against HCV exists, and existing treatments to prevent infection with this virus are largely ineffective. Another important fact is the widespread opinion that directing any funds towards prevention will limit the number of patients eligible for treatment. However, focusing only on treatment is a faulty strategy, because HCV infections in Poland are a huge hidden epidemic. It is a mistake to limit the perceived scale of this phenomenon by only treating people with identified HCV.

It is currently estimated that around 200 000 adults (depending on studies this figure ranges from 150 000 to 250 000) are infected with HCV. This means 1 in 100 adults may be infected with HCV. Unfortunately, available data shows that only one in 10 infected persons knows about their condition.

The last strategic area indicated by the Minister of Health for implementation in the Swiss-Polish Cooperation Programme was the problem of use of psychoactive substances, in particular by women in childbearing age. According to CSI studies

psychoaktywnych, szczególnie przez kobiety w wieku prokreacyjnym. Według badań GIS z 2012 roku 2,2% polskich kobiet w ciąży przyjmuje środki uspokajające lub nasenne, 7% pali papierosy, a aż 10,1% spożywa alkohol. Dodatkowo 22,5% ciężarnych jest codziennie narażonych na wdychanie dymu tytoniowego w domu. O ile 90,2% kobiet, jako wysoki czynnik ryzyka dla rozwijającego się płodu uznaje aktywne palenie tytoniu, świadomość na temat szkodliwości picia alkoholu jest dużo niższa. Nadal wiele Polek (2,5%) uważa, że picie niewielkich ilości nie jest szkodliwe dla płodu. Niektóre z nich są zdania, że picie dużych ilości alkoholu nie jest w ogóle ryzykowne. Niepokojącym jest również fakt, że aż 56,5% kobiet ciężarnych nie uzyskało od lekarza informacji na temat skutków spożycia alkoholu w ciąży. Co gorsza, 1,4% Polek dowiadywało się w gabinecie lekarskim, że picie jego małej ilości w ciąży jest dopuszczalne lub nawet zalecane. W konsekwencji w 2012 r. u 0,5% badanych dzieci z wadami wrodzonymi stwierdzano cechy alkoholowego zespołu płodowego (FAS) w postaci m.in. niedorozwoju płytek paznokciowych, krótkich szpar powiekowych, braku rynienki nosowo-wargowej, zeza, cienkiej górnej wargi i krótkiej szyi. Dzieci palaczek mają z reguły niższą masę urodzeniową i częściej zapadają na choroby układu oddechowego. W badaniach dzieci w wieku szkolnym udowodniono, że potomkowie matek palących w czasie ciąży są niższego wzrostu i słabiej uczą się w szkole. Podobnie do nikotyny czy alkoholu, zażywanie narkotyków w czasie ciąży może prowadzić do łatwiejszego uzależnienia dzieci w ich życiu późniejszym. Wcześniej również mogą zacząć eksperymentować z tymi substancjami psychoaktywnymi.

Opisane problemy są wciąż aktualne i stanowią duże wyzwanie. Dzięki realizacji projektów dofinansowanych z programu szwajcarskiego udało się zwiększyć świadomość Polaków na ich temat. Wpłynęły one również na zmianę zachowań. Niemniej jednak niezbędne jest dalsze prowadzenie działań w tym zakresie. Na tę potrzebę wskazał Minister Zdrowia w przyjętym przez Radę Ministrów w 2016 r. Narodowym Programie Zdrowia na lata 2016-2020.

from 2012, 2.2% of pregnant Polish women use sedatives or soporifics, 7% smoke, and as many as 10.1% drink alcohol. Additionally, 22.5% of pregnant women are daily exposed to tobacco smoke at home. Although 90.2% of women indicate that smoking tobacco is a high-risk factor for the developing foetus, the awareness of the adverse effects of drinking alcohol is much lower. Many Polish women (2.5%) still believe that drinking small amounts does not adversely affect the foetus. Some believe that drinking large amounts of alcohol poses no risk at all. It is also alarming that as many as 56.5% of pregnant women have not been informed by their doctor about the consequences of drinking when pregnant. Worse yet, 1.4% of Polish women have been told by doctors that drinking small amounts of alcohol during pregnancy is allowed or even recommended. As a result, 0.5% of children tested in 2012 for congenital defects have been found to exhibit foetal alcohol syndrome (FAS), including underdevelopment of the nails, small opening of the eye, flat philtrum, squint, thin upper lip and short neck. The children of smokers are usually underweight at birth and more prone to respiratory tract diseases. Studies of schoolchildren have shown that children of mothers who smoked during pregnancy are shorter and achieve poorer academic results. Similarly to nicotine and alcohol, the use of drugs during pregnancy may cause children to be more at risk of addiction in later age. Such children are also more likely to begin experimenting with psychoactive substances at an earlier age.

The problems described here remain valid and continue to pose a major challenge. The implementation of projects co-financed by the Swiss program has improved the awareness of these issues among Poles and affected behavioural changes. However, it is necessary to continue activities in the area. This need was indicated by the Minister of Health in the National Health Program for 2016-2020, approved by the Council of Ministers in 2016.





Realizowane projekty

Nr projektu:

- KIK/33



Tytuł projektu:

- Edukacja, promocja i profilaktyka w kierunku zdrowia jamy ustnej skierowana do małych dzieci, ich rodziców, opiekunów i wychowawców (skrótowa nazwa: „Dzieciństwo bez próchnicy”)

Wartość projektu w CHF:

- Kwota dofinansowania SPPW – 5 139 919 CHF
- Kwota dotacji MZ – 907 044 CHF

Cele projektu:

- obniżenie częstotliwości występowania próchnicy zębów u dzieci w wieku 0-5 lat
- poprawa zdrowia jamy ustnej dzieci w wieku 3-5 lat
- wzrost świadomości i utrwalenie prawidłowych nawyków w zakresie higieny jamy ustnej w grupach docelowych

Instytucja Realizująca:

- Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu

Partnerzy projektu:

- Państwowa Medyczna Wyższa Szkoła Zawodowa w Opolu
- Uniwersytet Medyczny w Lublinie
- Pomorski Uniwersytet Medyczny w Szczecinie
- Uniwersytet Jagielloński – Collegium Medicum
- Warszawski Uniwersytet Medyczny
- Uniwersytet Medyczny w Białymstoku
- Gdański Uniwersytet Medyczny
- Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach

Działania realizowane:

Edukacja bezpośrednia

- zajęcia dla dzieci w przedszkolach i specjalne lekcje dla ich rodziców

Edukacja pośrednia

- szkolenia dla personelu medycznego: położnych, pielęgniarek, a także pediatrów
- dystrybucja materiałów edukacyjnych na oddziałach położniczych, w szkołach rodzenia i innych miejscach, które są odwiedzane przez rodziców
- szkolenia dla nauczycieli przedszkolnych

Implemented projects

Project name:

- KIK/33

Project title:

- Education, promotion and prevention as regards oral health care directed to small children, their parents, carers and teachers (shortened name: “Caries-free childhood”)

Project value in CHF:

- SPCP grant – CHF 5 139 919
- MoH subsidy – CHF 907 044

Project objectives:

- reduce the frequency of caries in children aged 0-5
- improve the oral health of children aged 3-5
- increase awareness and reinforce good habits in oral hygiene in the target groups

Executing Agency:

- Poznan University of Medical Sciences

Project partners:

- State School of Higher Medical Vocational Education in Opole
- Medical University of Lublin
- Pomeranian Medical University in Szczecin
- Jagiellonian University – Collegium Medicum
- Medical University of Warsaw
- Medical University of Białystok
- Medical University of Gdańsk
- Medical University of Silesia

Activities implemented:

Direct education

- activities for preschool children and special lessons for their parents

Indirect education

- training for medical personnel: midwives, nurses and paediatricians
- distribution of educational materials in maternity wards, birthing school and other places visited by parents
- training for preschool teachers

Promocja

- kampania społeczna „Małe zęby, wielka moc” w telewizji i internecie
- strona internetowa wraz z forum i blogiem oraz fanpage projektu na portalu Facebook
- akcje marketingowe:
 - » emisja spotów TV
 - » publikacje i inserty w prasie
 - » konferencje
- wydanie poradnika dobrych praktyk „Zdrowie jamy ustnej małego dziecka”
- wydarzenia edukacyjne dla dzieci na terenie centrów handlowych, festyn zdrowotny w Poznaniu
- aplikacja mobilna „Pampis – zębowa przygoda”

Nr projektu:

- KIK/34



Tytuł projektu:

- Zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej” (skrócona nazwa: „Zachowaj równowagę”)

Wartość projektu w CHF:

- Kwota dofinansowania SPPW – 4 500 000 CHF
- Kwota dotacji MZ – 794 000 CHF

Cele projektu:

- zapobieganie nadwadze i otyłości oraz chorobom przewlekłym poprzez edukację społeczeństwa w zakresie żywienia i aktywności fizycznej
- wdrożenie zasad prawidłowego żywienia wśród kobiet w ciąży i matek karmiących
- wdrożenie zasad prawidłowego żywienia wśród dzieci i młodzieży
- wdrożenie zasad racjonalnego stylu życia wśród osób z nadwagą i otyłością w systemie ochrony zdrowia w Polsce
- zwiększenie racjonalności wyborów produktów żywnościowych poprzez upowszechnianie wiedzy o składzie i wartości odżywczej żywności, oświadczeniach żywieniowych i zdrowotnych oraz znakowaniu produktów spożywczych

Instytucja Realizująca:

- Instytut Żywności i Żywienia w Warszawie

Promotion

- social campaign “Małe zęby, wielka moc” (“Tiny teeth, great power”) on television and internet
- website with forum and blog, plus a project fanpage of Facebook
- marketing actions:
 - » broadcasting of TV spots
 - » publications and inserts in the press
 - » conferences
- publication of the good practices handbook “Oral healthcare for small children”
- educational events for children in shopping centres, health festival in Poznań
- mobile application: “Pampis: tooth adventure”

Project number:

- KIK/34

Project name:

- Preventing overweight and obesity as well as chronic diseases by education on nutrition and physical activity of the society (shortened name: “Keep the balance”)

Project value in CHF:

- SPCP grant – CHF 4 500 000
- MoH subsidy – CHF 794 000

Project goals:

- preventing excess weight, obesity and chronic diseases by educating society on nutrition and physical activity
- implementation of healthy nutrition principles among pregnant women and breast-feeding mothers
- implementation of healthy nutrition principles among children and adolescents
- implementation of rational lifestyle principles among people with excess weight and obesity in the healthcare system in Poland
- improve the rationality of food product choices by popularizing knowledge about the ingredients and nutritional value of foods, nutrition and health claims, and labeling of food products

Executing Agency:

- National Food and Nutrition Institute in Warsaw

Partnerzy projektu:

- Instytut „Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka” w Warszawie
- Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego w Warszawie
- Polskie Towarzystwo Dietetyki w Warszawie

Działania realizowane:

Edukacja bezpośrednia i pośrednia

- działania edukacyjne skierowane do kobiet w ciąży i matek karmiących na temat znaczenia prawidłowego żywienia dla zdrowia matki i dziecka
- kursy online dla nauczycieli na temat roli prawidłowego żywienia i aktywności fizycznej w rozwoju fizycznym i umysłowym dzieci i młodzieży
- działania interwencyjne mające na celu zmianę stylu życia na prozdrowotny i redukcję masy ciała u osób z nadwagą i otyłością
- działania mające na celu motywowanie ludzi do przestrzegania zasad prawidłowego żywienia i aktywności fizycznej
- działania edukacyjne skierowane do producentów żywności na temat roli żywności i żywienia w profilaktyce chorób żywieniowo zależnych i możliwości wpływania na jakość żywności poprzez poprawę technologii produkcji żywności i receptur
- działania edukacyjne skierowane do konsumentów mające na celu upowszechnianie wiedzy o składzie i wartości odżywczej produktów żywnościowych oraz uczące dokonywania świadomych wyborów zakupowych
- videoporady i porady przez telefon dla kobiet w ciąży i po porodzie

Promocja

- fanpage projektu na portalu Facebook
- nowa strona internetowa Narodowego Centrum Edukacji Żywnościowej
- stworzenie profesjonalnego studia filmowego do nagrywania wywiadów eksperckich i filmów promocyjno-edukacyjnych
- akcje marketingowe:
 - » cykliczna audycja w Polskim Radiu
 - » kampanie banerowe w mediach regionalnych
 - » filmy reklamowe w środkach komunikacji miejskiej, placówkach ochrony zdrowia i centrach handlowych
 - » filmy instruktażowe, edukacyjne i viralowe w internecie
 - » kreacje i komunikaty prasowe
 - » spoty sponsorskie i reklamowe oraz film edukacyjny „Porzuć złe nawyki żywieniowe” w telewizji
- pikniki w szkołach i centrach handlowych
- kampania „Czytajmy etykiety”
- kampania „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!”
- aplikacje mobilne „Asystent Zdrowego Żywienia”, „Zdrowa Mama”

Project partners:

- Children's Memorial Health Institute in Warsaw
- Józef Piłsudski University of Physical Education in Warsaw
- Polish Dietetics Society in Warsaw

Activities implemented:

Direct and indirect education

- educational efforts addressed to pregnant women and breast-feeding mothers about the importance of proper nutrition for the health of the mother and child
- online courses for teachers on the role of proper nutrition and physical activity and physical and mental development of children and adolescents
- educational efforts addressed to children and adolescents, promoting a balanced diet and physical activity
- interventions designed to help switch to pro-health lifestyles and reduce body mass, for people with excess weight and obesity.
- educational activities addressed to food producers about the role of food and nutrition in preventing food related diseases, and opportunities to positively affect the quality of food by improving food production technologies and recipes
- educational efforts addressed to consumers, designed to popularize knowledge about the composition and nutritional value of food products, and to teach consumers to make conscious shopping choices
- video and phone advice for pregnant women and women in the postnatal period

Promotion

- project fanpage on Facebook
- new website of the National Centre for Nutritional Education
- creating a professional film studio for recording interviews with experts and making educational and promotion videos
- marketing actions:
 - » series of broadcast on Polish Radio
 - » banner campaigns in regional media
 - » advertising videos in public transportation, healthcare facilities and shopping centers
 - » instructional, educational and viral videos on the internet
 - » creative press content and releases
 - » sponsor spots and advertising spots, along with an educational video entitled “Porzuć złe nawyki żywieniowe” (“Give up your poor nutritional habits”) on television
- picnics in schools and shopping centers
- “Czytajmy etykiety” (“Read the Label”) campaign
- “Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!” (“Less sugar, salt and fats? I’m buying it!”) campaign
- mobile apps: “Asystent Zdrowego Żywienia” (“Healthy Nutrition Assistant”) and “Zdrowa Mama” (“Healthy Mum”)

Nr projektu:

- KIK/35

**Tytuł projektu:**

- Zapobieganie zakażeniom HCV

Wartość projektu w CHF:

- Kwota dofinansowania SPPW – 3 969 421 CHF
- Kwota dotacji MZ – 700 486 CHF

Cele projektu:

- stworzenie podstaw do zaplanowania długofalowej strategii przeciwdziałania zakażeniom HCV i zwalczania wzv C w Polsce oraz opracowanie założeń do dokumentu „Narodowa Strategia Zapobiegania i Zwalczania Zakażeń HCV”
- usprawnienie strategii diagnostyki HCV w populacji ogólnej poprzez badania wykonane po raz pierwszy w oparciu o ocenę indywidualnego ryzyka
- zmniejszenie ryzyka zakażenia HCV w populacji iniekcyjnych użytkowników narkotyków (IDU)
- usprawnienie profilaktyki wertykalnej transmisji zakażeń HCV oraz profilaktyki niekorzystnych następstw klinicznych zakażeń HCV u dzieci wertykalnie zakażonych HCV
- ustalenie procedur i zachowań związanych lub potencjalnie związanych z podwyższonym ryzykiem transmisji zakażenia HCV w placówkach służby zdrowia w warunkach polskich
- unowocześnienie i modyfikacja zasad bezpieczeństwa pracy personelu medycznego
- modyfikacja procedur nadzoru i kontroli przeprowadzanych przez służby sanitarne w placówkach medycznych
- poprawa efektywności zapobiegania zakażeniom oraz przeciwdziałanie szerzeniu się zakażeń krwiopochodnych w placówkach systemu ochrony zdrowia poprzez doskonalenie wiedzy na temat epidemiologii i kliniki zakażeń krwiopochodnych oraz umiejętności prewencji zakażeń w zakresie wykonywanych procedur medycznych
- poprawa efektywności zapobiegania zakażeniom oraz przeciwdziałanie szerzeniu się zakażeń krwiopochodnych w placówkach świadczących usługi kosmetyczne i upiększające przebiegające z naruszeniem ciągłości skóry, poprzez dostarczenie wiedzy na temat epidemiologii zakażeń krwiopochodnych oraz umiejętności prewencji zakażeń w zakresie świadczonych zabiegów kosmetycznych

Instytucja Realizująca:

- Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny w Warszawie

Project number:

- KIK/35

Project title:

- Prevention of Hepatitis C Virus (HCV) infections

Project value in CHF:

- SPCP grant – CHF 3 969 421
- MoH subsidy – CHF 700 486

Project goals:

- create a foundation for planning a long-term strategy for preventing HCV infections and combating HCV, as well as compiling guiding principles for a document entitled “National Strategy for Preventing and Combating HCV Infections”
- improvement of HCV diagnostics in the general population through first-time tests based on individual risk assessments
- reducing the risk of HCV infections in the injection drug users (IDU) population
- improvement of vertical HCV infection transmission prevention and prevention of adverse clinical effects of HCV infections in vertically infected children
- determination of procedures and behaviours related to, or potentially related to, increased risk of HCV transmission in healthcare facilities in Poland
- modernization and modification of occupational safety principles for medical personnel
- modification of supervision and control procedures of sanitary services in medical facilities
- improvement of effectiveness of disease prevention and counteracting the spread of blood-borne infections in healthcare facilities by improving epidemiology expertise and clinical procedures, as well as prevention skills in medical procedures
- improvement of effectiveness of disease prevention and counteracting the spread of blood-borne diseases in cosmetic and beauty salons offering services that involve breaking skin continuity, by delivering knowledge on the epidemiology of blood-borne infections and skills in preventing infections within the scope of cosmetics services

Executing Agency:

- National Institute for Public Health – National Institute of Hygiene in Warsaw

Partnerzy projektu:

- Instytut Psychiatrii i Neurologii w Warszawie
- Uniwersytet Medyczny w Lublinie
- Główny Inspektorat Sanitarny
- Centrum Medyczne Kształcenia Podyplomowego w Warszawie

Działania realizowane:

Rekrutacja i badania

- rekrutacja jednostek POZ
- badania laboratoryjne w kierunku HCV u ok. 23 tys. osób z populacji ogólnej, 8 tys. kobiet w ciąży i 1,2 tys. osób przyjmujących narkotyki w iniekcjach (IDU)
- badania środowiskowe, ankietowe pogłębione obserwacją w 1,4 tys. placówek leczniczych (szpitale, przychodnie, gabinety stomatologiczne) oraz za pomocą standaryzowanych wywiadów, w tym opracowanie mapy ryzyka (w zakresie działań, zachowań, deficytów wiedzy) transmisji HCV w placówkach świadczących usługi kosmetyczne i upiększające w Polsce – badaniem objęto 1600 placówek z 16 województw
- analiza odpowiedzi i stworzenie raportów obejmujących oszacowanie rozpowszechnienia HCV wśród IDU, kobiet w ciąży oraz określających założenia do dokumentu pod nazwą Narodowa Strategia Zapobiegania i Zwalczenia HCV

Edukacja bezpośrednia i pośrednia

- stworzenie materiałów dydaktycznych w zakresie epidemiologii, zapobiegania i leczenia wzv C
- utworzenie modułu e-learningu i testowania nabytej wiedzy w zakresie problematyki HCV i skuteczne, zdalne przeszkolenie ponad 2 tys. osób
- kursy i szkolenia stacjonarne dla ponad 1,4 tys. pracowników sektora ochrony zdrowia i dla ponad 4,7 tys. pracowników sektora usług pozamedycznych (studia tatuażu, salony kosmetyczne, salony fryzjerskie)

Promocja

- kampania społeczna „HCV Jestem świadom” w telewizji, internecie i bezpośrednio w terenie
- strona internetowa wraz z forum, blogerami, youtuberami oraz fanpage projektu na portalu Facebook i na Twitterze, YouTube, Pinterest, Google+, Snapchacie, Instagramie
- akcje marketingowe
 - » emisja spotów reklamowych oraz „Wielkiego Testu o Zdrowiu” w telewizji
 - » emisja spotów radiowych i audycji radiowej
 - » artykuły i reklamy w prasie
- liczne filmy edukacyjne i konkursy w internecie
- wydarzenia edukacyjne w różnych miastach w całej Polsce, także podczas trasy koncertowej „Lata z Radiem” oraz na wybranych imprezach masowych, eventach, festynach i festiwalach, także na Festiwalu Przystanek Woodstock

Project partners:

- Institute of Psychiatry and Neurology in Warsaw
- Medical University of Lublin
- Chief Sanitary Inspectorate
- Centre of Postgraduate Medical Education in Warsaw

Activities implemented:

Recruitment and tests

- recruitment of basic healthcare units
- laboratory tests for HCV in a general population of approx. 23 000, 8000 pregnant women and 1200 injection drug users (IDU)
- in-depth survey community studies with observations in 1400 medical facilities (hospitals, ambulatory clinics, dentists' offices) and with standardized interviews, including the development of a risks map (of activities, behaviours and deficits of knowledge) for HCV transmissions in cosmetic and beauty establishments in Poland – the study covered 1600 establishments in 16 voivodeships
- analysis of responses and development of reports estimating the prevalence of HCV among IDU and pregnant women, outlining guidelines for a document entitled “National Strategy for Preventing and Combating HCV Infections”

Direct and indirect education

- development of educational materials on epidemiology, prevention and treatment of HCV
- development of an e-learning and testing module for acquired HCV expertise and effective, remote training of more than 2000 persons
- on-site courses and training for more than 1400 healthcare professionals and more than 4700 employees of non-medical service sectors (tattoo studios, beauty and hair salons)

Promotion

- “HCV: I'm aware” social campaign on television, the internet and in the field
- website, forum, bloggers, youtubers, and a project fanpage on Facebook, with a presence on Twitter, YouTube, Pinterest, Google+, Snapchat, Instagram
- marketing actions
 - » broadcasting of advertising spots and the “Great Test on Health” on TV
 - » broadcast of radio spots and a radio feature programme
 - » articles and advertisements in the press
- many educational videos and contests on the internet
- educational events in many cities throughout Poland, also during the “Lato z Radiem” (“Summer with the Radio”) concert tour, and during selected mass events and festivals, including the Przystanek Woodstock Festival

Nr projektu:

- KIK/68

**Tytuł projektu:**

- Profilaktyczny program w zakresie przeciwdziałania uzależnieniu od alkoholu, tytoniu i innych środków psychoaktywnych

Wartość projektu w CHF:

- Kwota dofinansowania SPPW – 3 438 691 CHF
- Kwota dotacji MZ – 606 828 CHF

Cele projektu:

- ograniczenie używania substancji psychoaktywnych przez kobiety w wieku prokreacyjnym, tj. między 15. a 49. rokiem życia
- poprawa zdrowia potomstwa docelowej grupy
- wzrost świadomości o szkodliwych efektach spowodowanych paleniem tytoniu, konsumpcją alkoholu i zażywaniem narkotyków

Instytucja Realizująca:

- Główny Inspektorat Sanitarny w Warszawie

Partnerzy projektu:

- Instytut Medycyny Wsi im. Witolda Chóźki w Lublinie
- Instytut Medycyny Pracy w Łodzi im. prof. J. Nofera
- Krajowe Biuro do Spraw Przeciwdziałania Narkomanii w Warszawie
- Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych w Warszawie

Działania realizowane:**Monitorowanie i badania**

- monitorowanie zachowań zdrowotnych kobiet w ciąży przez lekarzy ginekologów
- ewaluacyjne badania ankietowe na oddziałach ginekologiczno-położniczych, przeprowadzone przez pracowników Państwowej Inspekcji Sanitarnej

Edukacja bezpośrednia

- program edukacyjny w wybranych zakładach pracy
- program edukacyjny w szkołach ponadgimnazjalnych „ARS, czyli jak dbać o miłość?”
- działania edukacyjno-interwencyjne podejmowane przez lekarzy oraz pielęgniarki i położne, skierowane do pacjentek w ciąży

Edukacja pośrednia

- szkolenia dla lekarzy podstawowej opieki zdrowotnej, pediatrów, ginekologów, neonatologów i medycyny pracy oraz położnych, w zakresie działań profilaktycznych

Project number:

- KIK/68

Project title:

- Prophylactic programme for the prevention of addiction to alcohol, tobacco, and other psychoactive substances

Project value in CHF:

- SPCP grant – CHF 3 438 691
- MoH subsidy – CHF 606 828

Project goals:

- reduce the use of psychoactive substances by women of reproductive age, i.e. between 15 and 49.
- improved health outcomes in children of the target group
- increased awareness of adverse effects of smoking tobacco, drinking alcohol and drug use

Executing Agency:

- Chief Sanitary Inspectorate in Warsaw

Project partners:

- Witold Chodźko Institute of Rural Medicine in Lublin
- Nofer Institute of Occupational Medicine
- National Bureau for Drug Prevention in Warsaw
- The State Agency for the Prevention of Alcohol-Related Problems

Activities implemented:**Monitoring and studies**

- monitoring of pregnant women's health-related behaviours by gynaecologists
- evaluative survey studies in ob-gyn wards, conducted by employees of the State Sanitary Inspection

Direct education

- educational program in selected workplaces
- educational program in post-secondary schools “ARS, czyli jak dbać o miłość?” (“ARS: caring for your love”)
- educational and interventional activities for doctors, nurses and midwives, addressed to pregnant patients

Indirect education

- trainings for primary healthcare doctors, paediatricians, gynaecologists, neonatologists, occupational medicine doctors, and midwives on prophylactic activities

- szkolenia dla koordynatorów wojewódzkich i powiatowych ze stacji sanitarno-epidemiologicznych, w zakresie działań edukacyjno-informacyjnych
- szkolenia dla nauczycieli realizujących program edukacyjny w szkołach ponadgimnazjalnych
- szkolenia kadr medycznych, pracowników Państwowej Inspekcji Sanitarnej i nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych na platformie e-learningowej: szkolenia.zdrowiewciazy.pl

Promocja

- kampania społeczna „Nie pozwól odlecieć swojemu szczęściu!” w telewizji, radiu, internecie i bezpośrednio w terenie
- kampania społeczna „Melanz. Oczekiwania vs. rzeczywistość” w internecie
- strony internetowe: zdrowiewciazy.pl, e-stawiamnazdrowie.pl, e-zdrowiewpracy.pl, melanz.tv.pl wraz z youtuberami oraz fanpage kampanii „Melanz. Oczekiwania vs. rzeczywistość” na portalu Facebook
- akcje marketingowe:
 - » billboardy oraz filmiki kampanijne na nośnikach LCD w tramwajach i autobusach
 - » emisja spotów kampanijnych w telewizji
 - » emisja spotów kampanijnych w radiu
 - » broszury, ulotki, plakaty kampanijne
- konferencje prasowe i naukowe
- filmy edukacyjne do wyświetlania w mediach społecznościowych i w prasie internetowej
- imprezy i eventy na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym

Oczywiście nie obyło się bez problemów, najczęściej mających charakter techniczny, wynikający ze specyfiki badań. Badania środowiskowe prowadzone w ramach projektu wymagały wstępu na teren jednostek medycznych, co było możliwe dla wybranych grup zawodowych (Inspekcja Sanitarna). Bez pomocy i dobrej woli zarządzających i pracowników Inspekcji Sanitarnej realizacja byłaby bardzo trudna. Zależało również od konieczności dostosowania metod, założeń i sposobów realizacji do możliwości i specyfiki naszego kraju (różnorodność statusów jednostek, właścicieli) oraz faktu dużego rozdrobnienia placówek otwartej opieki medycznej, zwłaszcza stomatologicznych.

Z pewnością warto kontynuować akcje edukacyjne wśród pracowników medycznych. Konieczne jest monitorowanie szkolenia przeddyplomowego i podyplomowego i jego dostosowanie do aktualnej sytuacji sanitarno-epidemiologicznej.

Dr hab Krzysztof Tomaszewicz, kierownik projektu 4 „Jakościowa ocena ryzyka zakażenia HCV w świetle stosowanych procedur medycznych w wybranych zakładach opieki zdrowotnej”, KIK/35

- training for voivodeship and powiat coordinators in sanitary-epidemiologic stations on educational and informational activities
- trainings for teachers implementing the educational program in post-secondary schools
- training of medical staff, employees of the State Sanitary Inspection and post-secondary school teachers on an e-learning platform: szkolenia.zdrowiewciazy.pl

Promotion

- social campaign “Nie pozwól odlecieć swojemu szczęściu!” (“Don’t let your happiness fly away!”) on television, radio, internet and directly in the field
- social campaign on the internet: “Melanz. Oczekiwania vs. rzeczywistość” (“Partying hard: expectations vs. reality”)
- websites: zdrowiewciazy.pl, e-stawiamnazdrowie.pl, e-zdrowiewpracy.pl, melanz.tv.pl along with youtubers, and fanpage of the “Melanz. Oczekiwania vs. rzeczywistość” (“Partying hard: expectations vs. reality”) campaign on Facebook
- marketing actions:
 - » campaign billboards and videos on LCD screens on trams and buses
 - » broadcasting of campaign spots on television
 - » broadcasting of campaign spots on the radio
 - » campaign brochures, flyers and posters
- press and academic conferences
- educational videos for broadcasting on social media and internet press
- national, regional and local festivities and events

There have been problems of course, usually of a technical nature, resulting from the specifics of the studies. The community studies conducted as part of the project required access to medical facilities which is available to representatives of selected professional groups (Sanitary Inspection). Without the assistance and goodwill of the management and employees of the Sanitary Inspection, the project would have been very difficult to implement. It was also necessary to adjust the methods, guidelines and ways of implementation to the capacities and specifics of our country (varying administrative status of individual units and their owners) and the fact that open medical facilities, especially dentists’ offices, are highly fragmented.

It is certainly worth to continue educational activities addressed to healthcare professionals. It is necessary to monitor the pre-graduate and post-graduate training, and to adapt to the current sanitary-epidemiologic situation.

Krzysztof Tomaszewicz, Ph.D., chief of project 4 “Qualitative assessment of the risk of HCV infection in context of medical procedures carried out in selected healthcare facilities”, KIK/35



**Poznaj sprzęty
w gabinecie!**

Innowacje

W zrealizowanych projektach wypracowano wiele innowacyjnych rozwiązań. Należą do nich aplikacje mobilne, programy interwencyjne i grupy wsparcia oraz programy lojalnościowe.

Aplikacje mobilne

Uwagę małych dzieci przyciągnęła bezpłatna gra mobilna „Pampis – zębowa przygoda” (KIK/33). Gra była częścią kampanii społecznej „Małe zęby, wielka moc” i powstała z myślą o nauce szczotkowania poprzez zabawę. Elementy edukacyjne aplikacji zostały połączone z atrakcyjną grą, aby mali użytkownicy mogli łatwiej przyswajając wiedzę. Jest to również doskonałe rozwiązanie dla rodziców, które wspiera ich w wyrabianiu dobrych nawyków zdrowotnych u swoich pociech.

Bohaterem aplikacji jest Królik Pampis, który dowiaduje się od swojego dziadka o ukrytym w mieście skarbie. Rozwiązuje on zadania i dociera do kolejnych punktów na mapie miasta. Aby dotrzeć do celu, potrzebuje pomocy dzieci. Na końcu wędrówki czeka go niezwykła niespodzianka...

Ciekawym elementem gry jest specjalny instruktaż mycia zębów wykonywany przez Królika Pampisia. Włącza się on zawsze o godzinie, którą rodzice ustawiają jako stałą porę porannego i wieczornego szczotkowania. Dzięki temu dziecko dowiaduje się, jak prawidłowo myć zęby. Dodatkowo może robić to w towarzystwie bohatera gry i widzieć, ile czasu pozostało do końca.

Aplikacja udostępnia także gry uczące wybierania zdrowych produktów oraz przygotowujące do pierwszej wizyty u dentysty. W opowieściach postaci dzieci dowiedzą się, dlaczego zęby mleczne wypadają i co robić, aby prawidłowo rosły. Mogą korzystać z niej także dzieci, które nie potrafią jeszcze czytać lub są niesłyszące.

Wykorzystanie nowoczesnych technologii i narzędzi skierowanych do odbiorców projektu jest praktyką godną powielania. Aplikacja spotkała się z dużym zainteresowaniem dzieci i bardzo pozytywnymi opiniami rodziców. Doskonałym pomysłem okazało się wykreowanie Królika Pampisia, jako najbardziej charakterystycznego elementu projektu. Dla wielu maluchów stał się przyjacielem i wzorem troski o małe ząbki.

Kolejną aplikacją, która wpływa na nasze życie, jest „Asystent Zdrowego Żywienia” (KIK/34). Dzięki niej można zapobiegać nadwadze i otyłości, a przez to wielu chorobom przewlekłym, takim jak cukrzyca typu 2 czy nadciśnienie tętnicze. Kalkulator obliczy procent realizacji dziennej normy na kalorie, tłuszcz, cukry i sól. W aplikacji znajdują się również porady żywieniowe, przykłady ćwiczeń, quizy, a nawet codzienny jadłospis. Wszystko po to, aby zadbać o zdrowie i zdrowy tryb życia.

Dla kobiet w ciąży oraz planujących rodzicielstwo powstała aplikacja „Zdrowa Mama” (KIK/34). Dzięki niej kobiety mogą sprawdzić, czy ich przyrost masy ciała w czasie ciąży jest prawidłowy. Aplikacja pomoże zaplanować zakupy odpowiednich produktów oraz rozwieje wątpliwości i mity o ciąży. Również przyszły tata znajdzie w niej porady, jak wspólnie przejść ten niezwykły czas.

Innovations

Many innovative solutions were developed in the implemented projects. Including mobile applications, support groups, intervention and loyalty programs.

Mobile applications

The free mobile game “Pampis: tooth adventure” (KIK/33) attracted the attention of small children. The game was part of the social campaign “Tiny teeth, great power” and was developed to teach children in a fun way how to brush teeth. The educational elements of the applications were combined with an attractive game to facilitate the youngest users’ learning process. It is also an excellent solution for parents, supporting them in fostering good health habits in their children.

The hero of the application is Pampis the Bunny, whose grandfather tells him about a treasure hidden in the city. Pampis solves tasks and reaches subsequent points on the city map. He needs the assistance of children to reach the final goal. A unique surprise awaits him at the end of the journey...

One interesting element of gameplay are the special toothbrushing instructions provided by Pampis the Bunny. These instructions always come on at the same time, set by parents as the time for morning and evening tooth brushing. This teaches the children how to brush teeth correctly. Children can do it together with the game hero to observe how much time remains until the process is finished.

The application also includes games that teach children to choose healthy products and prepare for their first visit at the dentist’s. The heroes of the stories tell children why milk teeth fall out and what to do to ensure that they grow properly. The application can be used by children who cannot yet read or who cannot hear.

The use of advanced technologies and tools addressed to the target audience of the project is an exemplary practice. The application enjoyed strong interest from children and received very positive opinions from parents. The creation of Pampis the Bunny as the most characteristic element of the project turned out to be a great idea. For many youngsters, the Bunny became a friend and a role model in providing care to their little teeth.

Another application that positively affects our life is the “Healthy Nutrition Assistant” (KIK/34). This application helps prevent weight gain and obesity, counteracting multiple chronic diseases such as type 2 diabetes and hypertension. The calculator will show the percentage of fulfilment of the daily recommended intake of calories, fats, sugar and salt. The application also includes nutritional advice, examples of exercise, quizzes and even an everyday menu. All these elements are designed to help focus on health and a healthy lifestyle.

“Healthy Mum” (KIK/34) is an application for pregnant women and women planning parenthood. The application helps women check if the increase of their weight during pregnancy is correct. The application helps plan shopping for appropriate prod-

Wprowadzenie nowoczesnych, interaktywnych elementów do kampanii promujących zdrowy styl życia było całkowicie nowatorskim pomysłem. Mimo niewielkiego doświadczenia instytucji publicznych w tym obszarze, aplikacje zapewniają użyteczność, funkcjonalność i stanowią ciekawe urozmaicenie działań edukacyjnych i promujących zdrowy styl życia.

Jak bywa w przypadku nowatorskich działań, i tu wdrażanie nie obyło się bez przeszkód. Prof. Mirosław Jarosz – kierownik projektu KIK/34, dyrektor IŻŻ, podkreśla, że przy przygotowaniu aplikacji wyzwaniem było ich testowanie i dopracowanie. Piotr Gmerek – koordynator projektu Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu zwrócił uwagę na konieczność zapewnienia w instytucji osoby z podstawową wiedzą na temat aplikacji i ich tworzenia.

Realizatorzy kampanii podkreślają, iż niezbędne jest uwzględnienie w dokumentacji przetargowej intensywnego wsparcia reklamowego dla aplikacji (zarówno w mediach tradycyjnych, jak i internetowych).

Aplikacje pozwalają na bezpośrednie dotarcie do dużej grupy użytkowników. Dzięki nim możemy poszerzyć grupę odbiorców i uzupełnić inne działania prowadzone w projekcie.

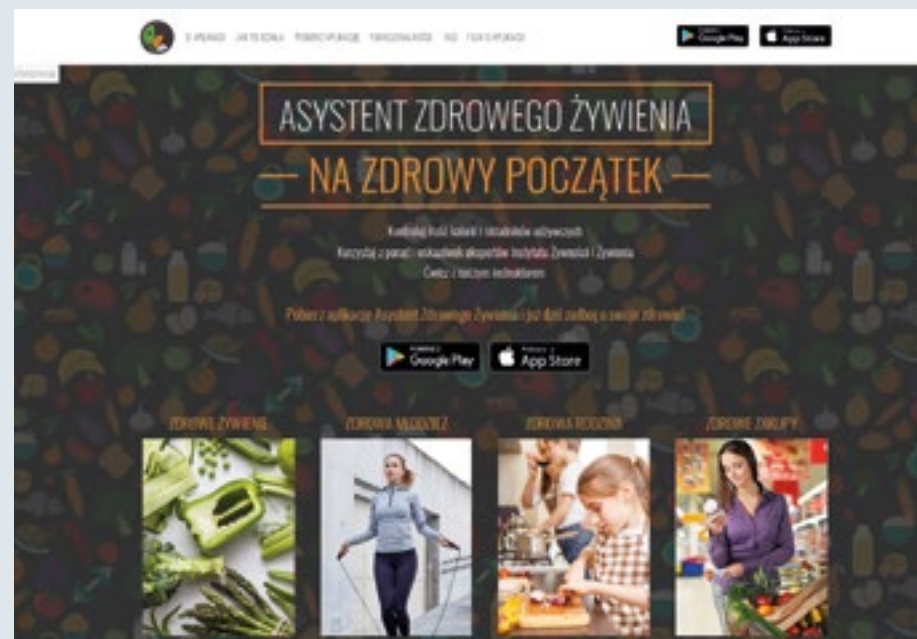
Programy interwencyjne

Jednym z przykładów nowatorskiego podejścia do programów profilaktycznych są programy interwencyjne i grupy wsparcia.

W projekcie KIK/34 program zapewniał kompleksową opiekę nad pacjentem ze strony lekarza, dietetyka, rehabilitanta i psychologa. Do udziału w programie mogły zakwalifikować się osoby po przeprowadzonych badaniach. Uczestnicy korzystali z zajęć rehabilitacyjnych i porad indywidualnych. Prowadzono także terapię poznawczo-behawioralną. Po zakończeniu działań interwencyjnych tworzone grupy wsparcia, które pozwalały utrzymać uzyskane efekty.

Tak zaprojektowana interwencja jest nowością w leczeniu i zapobieganiu dalszemu rozwojowi otyłości i nadwagi. Rozwiązania okazały się na tyle skuteczne, że z doświadczeń projektu zaczyna korzystać coraz więcej podmiotów z nim niezwiązanych. Co ciekawe, początkowo placówki obawiały się, czy podołają nowym wyzwaniom. Szerokie zaangażowanie personelu medycznego (interniści, kardiolodzy, pielęgniarki, rejestratorzy, dietetycy, rehabilitanci, psychologowie) wymagało zmian organizacyjnych. Jak się okazało, program wypadł na tyle pomyślnie, że placówki chcą kontynuować rozpoczęte dzieło i sfinansować je z innych środków.

W projekcie KIK/35 po raz pierwszy uwzględniono działania skierowane do iniekcyjnych użytkowników narkotyków (IDU), jako jednej z najbardziej narażonych na zakażenie HCV grup społeczeństwa. W krajach o wysokim standardzie opieki medycznej, IDU stanowią główną grupę określającą dynamikę epidemii HCV. Dlatego projektem objęto również te osoby. Po raz pierwszy w Polsce zastosowano testy ślinowe na obecność przeciwciał HCV. Ta metoda umożliwiła zbadanie trudnodostępnej populacji bezpośrednio w terenie. Dzięki niej uzyskano wyniki, które wcześniej były niedostępne.





ucts and provides information and dispels myths about pregnancy. Future dads will also find advice how to experience this special time together.

The implementation of advanced, interactive elements in the campaign promoting healthy lifestyles was an entirely innovative idea. Despite limited experience of public institutions in this area, the applications provide utility, functionality and interesting variety in educational efforts to promote healthy lifestyles.

As is sometimes the case with innovative efforts, implementation was not problem-free. Prof. Mirosław Jarosz – project manager of KIK/34, Director of National Food and Nutrition Institute emphasizes that testing and perfecting the application was a major challenge in development. Piotr Gmerek – project coordinator from the Poznań University of Medical Sciences pointed out that the institution needs a person with basic knowledge on application development.

The campaign implementers emphasized that it is necessary for tender materials to provide for intensive advertising support for the application (both in traditional media and on the internet).

The applications enable direct reach to a large group of users. They can help to expand the audience and supplement other activities carried out as part of the project.

Intervention programs

One of the examples of an innovative approach to prevention programs are intervention programs and support groups.

The program in the project KIK/34 delivered comprehensive care to patients from doctors, dietitians, physical rehabilitation specialists and psychologists. The eligibility of program participants was determined in tests. Users were provided with rehabilitation activities and individual consultations. Additionally, a cognitive-behavioural campaign was carried out. Upon completion of intervention activities, the implementers developed support groups to maintain the attained results.

This type of intervention is a new way of preventing excess weight and obesity. The solutions proved so effective that the experiences of the project are now being used by a growing number external entities not related to the original project.

What is more, the participating units were initially concerned about their ability to step up to the new challenges. The broad involvement of medical personnel (internal medicine doctors, cardiologists, nurses, registering clerks, dieticians, physiotherapists and psychologists) required organizational changes. As it turned out, the program was so successful that the units now want to continue the work and finance it from other funds.

Project KIK/35 for the first time included activities addressed to injection drug users (IDU) as one social group most at risk of HCV infection. In countries with high standards of medical care, IDU are the primary group defining the dynamics of the HCV epidemic. That is why the project focused on this group as well. Saliva tests for the presence of HCV antibodies were used for the first time in Poland. This method allowed the testing of a hard-to-access population in the field. This provided previously unavailable study results.

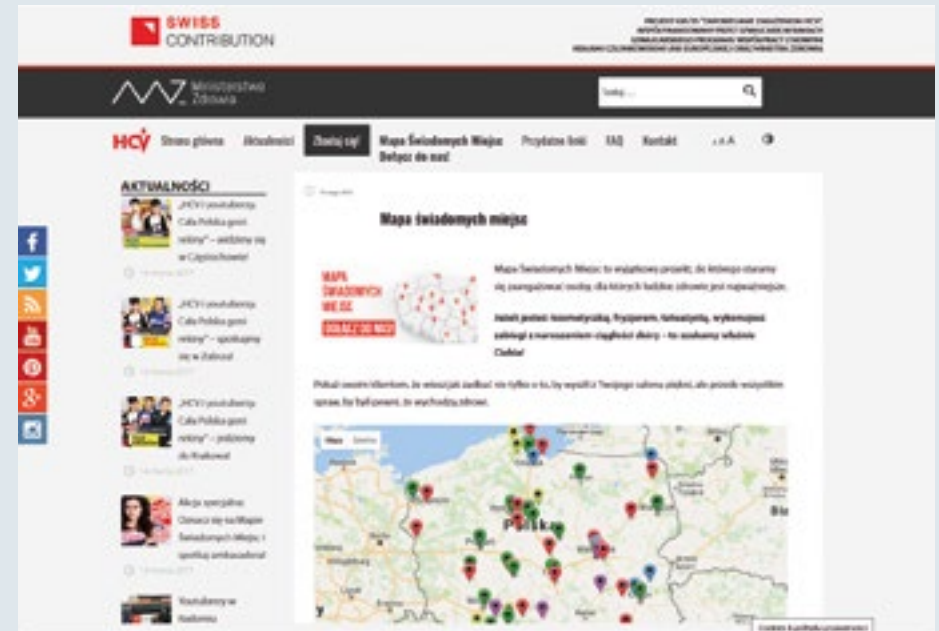




Problematyczne w prowadzeniu działań nakierowanych na profilaktykę HCV wśród IDU było dotarcie do przedstawicieli tak specyficznej grupy, przekonanie jej do udziału w testach i działaniach edukacyjnych. Jednakże ze względu na duży odsetek zakażeń wirusem zapalenia wątroby typu C, istotne było przeprowadzenie badań właśnie w tej grupie. Trudności przezwyciężono dzięki współpracy z placówkami leczniczymi oraz działającymi w obszarze ograniczania szkód. W indywidualnych spotkaniach z uzależnionymi udział brali edukatorzy, którzy informowali o ryzyku zakażenia HCV.

Interesujących informacji dostarczyły także ankiety zwrotne. Wskazały one na potrzebę większej interakcji i indywidualizowania przekazu w zależności od wiedzy i doświadczenia respondenta.

W projekcie KIK/68 postawiono na zmiany zachowań młodych ludzi, poprzez wyeliminowanie zagrożeń wynikających z używania substancji psychoaktywnych (alkohol, tytoń, narkotyki, dopalacze). W założeniach programu „ARS, czyli jak dbać o miłość?” zaprezentowano zagrożenia, jakie niosą substancje psychoaktywne dla najważniejszych wartości w życiu – rodzicielstwa, partnerstwa i miłości. Celem programu jest wpłynięcie, poprzez zwiększenie wiedzy i perswazję, na postawy oraz zachowanie młodzieży, a szczególnie młodych kobiet w wieku prokreacyjnym. Uczniowie szkół ponadgimnazjalnych niezwykle chętnie uczestniczyli w zajęciach i podkreślali, że treści w nich przedstawiane są zrozumiałe, a program wart jest wykorzystania na szerszą skalę.



The problematic part of conducting activities addressed to HCV prevention in IDU was reaching representatives of this specific group and convincing them to participate in tests and educational activities. However, due to the high percentage of HCV infections, it was important to conduct the studies on this particular group. Difficulties were overcome by cooperating with clinics and facilities responsible for limiting the damage done by injection drug use. Individual meetings with addicts were conducted by teachers who informed about the risk of HCV infection. Interesting information was also obtained in surveys. These pointed to a need for improved interaction and individualization of messaging depending on the level of knowledge and experience of the respondent.

Project KIK/68 focused on changing young people's behaviour through eliminating the dangers resulting from the use of psychoactive substances (alcohol, tobacco, drugs and "legal uppers"). The guidelines of the program "ARS: caring for your love" presented the threats that psychoactive substances represent to key values in life – parenthood, partnership and love. The purpose of the program is to provide knowledge and persuasion to influence the attitudes and behaviours of young people, especially women in childbearing age. Postsecondary school students very eagerly participated in the activities and emphasized that the content was comprehensible, and that the program should be implemented on a broader scale.

Programy lojalnościowe

Oddziaływanie programów profilaktycznych wzmacniały programy lojalnościowe. Jednym z przykładów jest Mapa Świadomych Miejsc w projekcie KIK/35. Jest to innowacyjna inicjatywa kształtowania świadomości ludzi zajmujących się kosmetyką, fryzjerstwem, wykonywaniem tatuaży oraz innych zabiegów z naruszeniem ciągłości tkanek. Mapa wskazuje salony i inne miejsca świadczące usługi upiększające, zatrudniające osoby posiadające wiedzę o zakażeniach HCV. Kompetencje w tym zakresie potwierdza udział w szkoleniu teoretycznym i zdany egzamin.

Mapa to swoisty certyfikat bezpieczeństwa przy wyborze miejsca usług charakteryzujących się wysokim ryzykiem zakażeń wirusowym zapaleniem wątroby typu C. Podobny pomysł wykorzystał Instytut Żywności i Żywienia w projekcie KIK/34. Szkoły i przedszkola przez 2 lata prowadziły zajęcia w oparciu o program *Szkoła/Przedszkole Przyjazne Żywieniu i Aktywności Fizycznej*. Pod koniec każdego roku oceniano placówki według ustalonych kryteriów. Na tej podstawie placówki otrzymywały certyfikaty.

Spośród 1600 przedszkoli i szkół biorących udział w programie 65% placówek spełniło wymogi certyfikacji. Dzięki projektowi dziesiątki tysięcy dzieci zmieniły nawyki żywieniowe i prawdopodobnie uniknęły nadwagi lub otyłości. Nauczyły się, by jeść mniej, a częściej w ciągu dnia i przede wszystkim nie zapomniały o drugim śniadaniu – spożywanym wspólnie z nauczycielami. Dzieci chętniej sięgały po warzywa i owoce i wybierały wodę zamiast słodkich napojów. Bardzo dużym osiągnięciem tego działania był spadek o 1% występowania nadwagi i otyłości wśród dzieci i młodzieży biorących udział w programie, w tym w szkołach podstawowych nawet o 3%.

Programy lojalnościowe nie były dotychczas powszechnie wykorzystywane w programach profilaktycznych. Narzędzie to jednak wyraźnie zwiększyło oddziaływanie projektów i utrwalilo pozytywne nawyki.

Jako uczestniczka programu edukacyjnego dla kobiet w ciąży nauczyłam się, jak się prawidłowo odżywiać i jak zażywać ruchu. Szczególnie przydatne były dla mnie porady związane z regularnym przyjmowaniem posiłków, ich kalorycznością oraz rodzajem i częstotliwością ćwiczeń fizycznych, tak potrzebnych w tym specyficznym okresie życia kobiety. Hasło, aby „jeść dla dwojga, a nie za dwoje” podniosło moją świadomość. Dopasowane ćwiczenia fizyczne pozwoliły mi zachować formę i niejednokrotnie przynosiły ulgę w ciążyowych dolegliwościach. Skorzystałam również z porad dotyczących prawidłowego przygotowywania i przechowywania posiłków. Cenne dla mnie było to, że podane informacje pochodziły z wiarygodnego źródła, ponieważ obecnie w internecie nie wszystkie wskazówki są bezpieczne dla kobiet w ciąży. Uczestnicząc w programie czułam, że postępuję właściwie dbając o siebie i o swoje nienarodzone jeszcze dziecko.

Aleksandra Ołtuszyk, uczestniczka zajęć edukacyjnych skierowanych do kobiet w ciąży, zadania 1 projektu KIK/34

Loyalty schemes

The effectiveness of prevention programs was reinforced by loyalty schemes.

One example is the Map of Aware Places in project KIK/35. This is an innovative initiative designed to shape the awareness of people involved in beauty services, hair-dressing and tattoo-making, as well as other procedures that break the continuity of tissues. The map shows salons and other venues which provide beauty services and employ people with knowledge about HCV infections. Their competencies in this area are confirmed by a completed theoretical course and passed exam.

The map represents a sort of safety certificate when choosing a place to perform services that involves a high risk of hepatitis C infection.

A similar idea was implemented by the National Food and Nutrition Institute in project KIK/34. For 2 years, schools and preschools conducted classes based on the Healthy Nutrition and Physical Activity Friendly Schools and Preschools program. At the end of each year, schools and preschools were assessed according to set criteria and awarded certificates.

65% of 1600 preschools and schools participating in the program met the certification criteria. The project helped tens of thousands of children change their nutritional habits and probably avoid excess weight or obesity. The children learned to eat smaller portions more often throughout the day, and to always remember about lunch, which they ate together with their teachers. Children were more eager to eat vegetables and fruit and chose water over sweet drinks. One major accomplishment of this activity was a 1% reduction in the prevalence of excess weight and obesity in children and teenagers participating in the program; in primary schools, reductions of up to 3% were observed.

To date, loyalty schemes were not widely used in prevention programs. Nonetheless, this tool has clearly improved project effectiveness and reinforced positive habits.

As a participant in the educational program for pregnant women I learned how to eat correctly and engage in physical activity. Particularly useful was the advice concerning regular meal times, calorie counts and types and frequency of physical exercise, so needed during this special time in a woman's life. The slogan "Eat for two, not twice as much" has increased my awareness. Tailored physical exercise has enabled me to maintain form and often brought relief in pregnancy-related complaints. I have also benefited from advice concerning proper preparation and storing of meals. I valued the fact that the information came from a reliable source, because not all advice available on the internet is safe for women. Participating in the program, I felt that I am doing the right thing by caring for myself and my unborn baby.

Aleksandra Ołtuszyk, participant in education activities addressed to pregnant women, task 1 of project KIK/34

Wielki Test o Zdrowiu, projekt KIK/35
„Zapobieganie zakażeniom HCV”
The Great Test on Health,
project KIK/35 “Prevention
of Hepatitis C Virus (HCV)
infections”



Kampanie społeczne z szerokim wykorzystaniem nowoczesnych kanałów komunikacji

Kampanie społeczne pomogły osiągnąć cele projektów. W zależności od specyfiki problemu zdrowotnego (próchnica dzieci, nadwaga i otyłość, HCV, uzależnienia od alkoholu i środków psychoaktywnych) oraz grupy docelowej, dostosowano do nich narzędzia i kanały komunikacji. Realizowane były za pośrednictwem prasy, radia, telewizji, outdoor'u i indoor'u oraz mediów społecznościowych. Ich celem było zwrócenie uwagi na problem, edukacja odbiorców oraz wywołanie zmian postaw i nawyków.

Głównymi odbiorcami kampanii „Małe zęby, wielka moc” (KIK/33) byli rodzice dzieci w wieku 0-5 lat, a motywem przewodnim – walka z próchnicą poprzez zabawę. W tym duchu powstał spot reklamowy i aplikacja mobilna „Pampis – zębowa przygoda”. Dzięki realizacji kampanii wygenerowano ponad 113 tys. odsłon strony internetowej informującej o profilaktyce próchnicy. Uzupełnieniem kampanii telewizyjnej były działania w internecie. Dzięki nim przekaz był precyzyjny i skuteczny. Obok fanpage i profilu projektu na Facebooku, powstały reklamy banerowe i artykuły sponsorowane na portalach medycznych i dziecięcych.

Szeroki zasięg miała kampania społeczna na temat zdrowego żywienia (KIK/34), która trwała od 14 maja 2014 r. do 14 maja 2015 r. Główne działania prowadzono w prasie, radiu, telewizji i internecie. Wykorzystano także indoor i outdoor. Powstał profil Facebook, a jego multimedialny przekaz motywował odbiorców do dbania o zdrowie. Zorganizowano również cykliczną audycję w Polskim Radiu oraz kampanię banerową w mediach regionalnych.

W ramach kampanii indoor/outdoor pojawiły się filmy reklamowe w środkach komunikacji miejskiej, placówkach służby zdrowia i galeriach handlowych. W internecie zamieszczono filmy instruktażowe, edukacyjne i viralove m.in z udziałem Pascala Brodnickiego, Anny Lewandowskiej i Pauliny Sykut-Jeżyny. Kreacje i komunikaty pojawiły się w tytułach prasowych „Mam Dziecko”, „Claudia”, „Newsweek”.

Z pewnością zaangażowanie znanych postaci życia publicznego wzmacnia oddziaływanie kampanii. Jednakże, jak podkreśla prof. Mirosław Jarosz – kierownik projektu KIK/34, należy precyzyjnie określić profil potencjalnie zaangażowanej osoby, aby rzeczywiście odpowiadała idei kampanii oraz wzbudzała zaufanie społeczne, a także mogła ją efektywnie reprezentować. W kampanii telewizyjnej wyemitowano spot sponsorski na kanale Kuchnia+. Wyprodukowano również film edukacyjny pt. „Porzuc złe nawyki żywieniowe”, który był emitowany w kinach i dotarł do ok. 500 tys. osób.

Social campaigns with broad use of modern communications channels

Social campaigns have helped achieve project goals. The communications tools and channels were adapted depending on the specifics of the health problem (children's caries, excess weight and obesity, HCV, alcohol and psychoactive substance addiction), and the target groups. Communications were carried out by means of the press, radio, television, outdoor and indoor communications, and social media. They were designed to raise awareness of the problem, educate audiences and change attitudes and habits.

The primary audience of the “Tiny teeth, great power” campaign (KIK/33) were the parents of children aged 0-5, and the aim was to fight caries through fun activities. The advertising spot and the mobile application “Pampis: tooth adventure” were developed in this spirit. The campaign generated more than 113 000 views of the website informing about caries prevention. The television campaign was supplemented with internet activities, which made the message precise and effective. The project's fanpage and Facebook profile were accompanied by advertising banners and sponsored articles on medical and children's portals.

The social campaign on healthy nutrition (KIK/34) enjoyed a broad outreach. The campaign ran between 14 May 2014 and 14 May 2015. The main activities were carried out in the press, on the radio, television and on the internet. Indoor and outdoor communications were also employed. A profile was developed on Facebook and its multimedia message motivated audiences to focus on their health. The campaign included a program in series on Polish Radio and a banner campaign in regional media. The indoor/outdoor campaign included advertising videos in public transportation, healthcare facilities and shopping centres. Instructional, educational and viral videos, featuring Pascal Brodnicki, Anna Lewandowska and Paulina Sykut-Jeżyna were presented on the internet. Creative content and messaging appeared in press publications such as “Mam Dziecko”, “Claudia”, “Newsweek”.

The engagement of celebrities certainly strengthens the campaign, but as KIK/34 project manager Prof. Mirosław Jarosz emphasizes, it is necessary to precisely define the profile of the potentially engaged celebrity to actually match the idea of the campaign, foster social trust and enable effective representation. The television campaign included a sponsor spot on the Kuchnia+ channel. An educational video entitled “Give up your poor nutritional habits” was also produced and screened in cinemas, reaching approximately 500 000 people.

Na uwagę zasługuje także kampania pt. „Czytajmy etykiety”, ucząca konsumentów rozumienia treści etykiet i zachęcająca do podejmowania świadomych wyborów żywieniowych przy sklepowej półce. W sklepach sieci Biedronka w całej Polsce prowadzono akcję edukacyjną, w ich pobliżu zamieszczono plakaty reklamowe, a w telewizji emitowano spoty reklamowe.

Akcja ta została powtórzona i rozszerzona poprzez realizowaną w 2017 r. kampanię „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!”. Obejmowała emisję spotu w ogólnopolskich stacjach telewizyjnych, cykl konferencji prasowych oraz kampanie outdoor w formie 240 citylightów w 10 polskich miastach. W ramach tej kampanii uczono dodatkowo konsumentów porównywania etykiet produktów spożywczych i wybierania tych z mniejszą zawartością cukru, soli i tłuszczu.

Kampania komunikująca ideę Narodowego Centrum Edukacji Żywieniowej (NCEŻ) (KIK/34)

NCEŻ to interdyscyplinarna platforma – strona internetowa skierowana do szerokiego grona odbiorców – całego społeczeństwa. Jest ona źródłem profesjonalnej wiedzy, opartej na badaniach naukowych, ale podanej w przystępny i zrozumiały sposób. Kampania społeczna była ukierunkowana na szerokie informowanie o idei NCEŻ – zaprezentowanie portalu i podkreślenie rzetelności zawartych tam informacji. Miała też za zadanie generowanie ruchu na nowopowstałej platformie – www.ncez.pl. Prowadzona kampania, w zestawieniu mediów tradycyjnych,

Also noteworthy is the campaign entitled “Read the Label”, campaign that teaches consumers how to understand labels, and encourages them to make conscious nutritional choices at the store shelf. Biedronka stores throughout Poland conducted an educational action with advertising posters and advertising spots on television.

This action was repeated and expanded in the 2017 campaign entitled “Less sugar, salt and fats? I’m buying it!”. This campaign included the broadcasting of a spot on national television stations, a series of press conferences, and outdoor campaigns on 240 citylights in 10 cities throughout Poland. Within this campaign the consumers were taught how to compare product labels and choose those containing less sugar, salt and fats.

Campaign communicating the idea of the National Centre for Nutritional Education (NCNE) (KIK/34)

NCNE is an interdisciplinary platform – a website addressed to a broad group of audiences covering the whole society. It is a source of professional science-based knowledge, provided in an accessible and comprehensible way. This social campaign was designed to provide broad information about the idea of the NCNE – to present the portal and emphasize the credibility of the information provided there. It was also designed to generate traffic to the newly established platform – www.ncez.pl. The campaign, conducted in traditional media, achieved a reach of 44% in the press and 30% on the radio and television (broadcasts in Polish Radio: Program 1 and





W TRAKCIE TRWANIA DWÓCH AKCJI EDUKACYJNYCH „CZYTAJ ETYKIETY” W SKLEPACH SIĘCI BIEDRONKA

- udzielono ponad **10 100 porad**,
- rozdano **48 800 ulotek, 6020 broszur** oraz **8250 plakatów**; ponadto rozdystrybuowano **260 100 ulotek** w sklepach Biedronka w całej Polsce,
- **3,5 mln klientów** dziennie odwiedziło sklepy, gdzie upowszechniane były plakaty dotyczące akcji,
- **4,9 mln razy** odwiedzono stronę internetową sieci, gdzie prezentowane były informacje dotyczące projektu (http://www.biedronka.pl/czytaj_etykiety/czytaj_etykiety/index.php),
- **5,6 mln egzemplarzy** osiągnął nakład darmowych materiałów pt. „Inspiracje Tygodniowe” zawierających informacje dotyczące programu,
- **3,7 mln egzemplarzy** osiągnęła sprzedaż magazynu „Kropka TV” oraz **394 000 egzemplarzy** sprzedaż magazynu „Smaki Życia” zawierających publikacje przygotowane w ramach akcji.

Podsumowujące informacje dotyczące znakowania żywności, wartości odżywczej i wpływu aktywności fizycznej na zdrowie dotarły do **6,6 mln konsumentów**.



DURING THE TWO “READ THE LABEL” EDUCATIONAL ACTIONS, THE FOLLOWING MILESTONES WERE REACHED IN BIEDRONKA STORES

- **10 100 pieces** of advice were provided
- **48 800 flyers, 6020 brochures** and **8250 posters** were distributed. Additionally, **260 100 flyers** were distributed in Biedronka stores throughout Poland.
- **3.5 million customers** daily visited stores with posters promoting the action,
- the store’s website which presented information about the action (http://www.biedronka.pl/czytaj_etykiety/czytaj_etykiety/index.php) was **visited 4.9 million times**.
- the free “Weekly Inspirations” printed brochure containing information about the project was **published in 5.6 million copies**,
- the “Kropka TV” and “Flavours of Life” magazines, containing publications developed as part of the project, **sold 3.7 million and 394 000 copies**, respectively.

Total, information concerning food labelling, nutritional value and the impact of physical activity on health reached **6.6 million consumers**.



“MNIJ CUKRU, SÓL, TUSZCZU? KUPIJĘ TO!”

Liczba odsłon specjalnie stworzonej podstrony projektu “Zachowaj równowagę” – landing page kampanii, promujący ideę o przekazywaniu konsumentowi praktycznych i konkretnych wskazówek przy wyborze żywności (www.kupujeto.pl): **727 tys. odsłon** będących wsparciem dla odsłon głównej strony projektu (www.zachowajrownowage.pl), która przekroczyła **3 mln odsłon** (stan na 10 lutego 2017 r.).

Internet – kampania display: obecność klikalnych banerów zachęcających do odwiedzenia strony kampanii na blisko **280 stronach** związanych ze zdrowiem (m.in.: abczdrowie.pl, zdrowyportal.pl, vitalia.pl, naturanazdrowie.pl), dietami (m.in.: [motywator dietetyczny.pl](http://motywatordietetyczny.pl), diety-fitness.pl, dieta.pl, dieta-forum.pl), zakupami spożywczymi on-line (m.in.: tesco.pl, frisco.pl, auchandirect.pl), kondycją fizyczną (m.in.: fitnesi.pl, befit.pl, myfitness.pl, fit360.pl), gotowaniem (m.in.: kwestiasmaku.pl, ugotuj.pl, smaker.pl, durszlak.pl). Strategia zakładała podział szerokiej grupy docelowej na segmenty, aby zmaksymalizować dotarcie kampanii edukacyjnej.

Liczba medialnych wzmianek nt. kampanii, biorąc pod uwagę cały cykl konferencji prasowych, uwiaryściła potrzebę mówienia o temacie etykiet. Odnotowano blisko **150 wzmianek w mediach** (wszystkie kanały), z czego przeważająca część to media o zasięgu ogólnopolskim. Nie mniej ważny jest wydzźwięk regionalny, który wzmacnia przekaz edukacyjny i pozwala mocniej dotrzeć do konsumenta. Warto tu podkreślić rolę dostępności ekspertów, którzy dzięki mediom mieli okazję przekazania rzetelnej wiedzy licznej grupie odbiorców.



Number of views of the specially developed sub-site of the “Keep the balance” project – a campaign landing page promoting the idea of communicating practical and specific advice to consumers choosing food products (www.kupujeto.pl): **727 000 page views** supporting the views of the project’s main page (www.zachowajrownowage.pl), which exceeded **3 million page views** (as of 10.02.2017).

Internet – display campaign: clickable banners encouraging users to visit the campaign site, on nearly **280 sites** about health (incl. abczdrowie.pl, zdrowyportal.pl, vitalia.pl, naturanazdrowie.pl), dieting (incl.: motywator dietetyczny.pl, diety-fitness.pl, dieta.pl, dieta-forum.pl), on-line food shopping (incl.: tesco.pl, frisco.pl, auchandirect.pl), physical fitness (incl.: fitnesi.pl, befit.pl, myfitness.pl, fit360.pl), cooking (incl.: kwestiasmaku.pl, ugotuj.pl, smaker.pl, durszlak.pl). The strategy provides for dividing the broad target group into segments to maximize the outreach of the educational campaign.

The number of media mentions of the campaign, taking into consideration the entire cycle of press conferences, points to the need of a discussion of food labels. Nearly **150 mentions in all media channels** were reported, the majority of which were nationwide media. Equally important is the regional impact, which reinforces the educational message and allows a stronger outreach to the consumer. Worth emphasizing is the role of the accessibility of experts who, thanks to the media, had the opportunity to communicate accurate knowledge to a broad audience.

“LESS SUGAR, SALT AND FATS? I’M BUYING IT!”



MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Kampania społeczna „HCV Jestem świadom”

FACEBOOK: ZASIĘG 10,6 MLN

INSTAGRAM: ZASIĘG 1,2 MLN

TWITTER: ZASIĘG 2,2 MLN

FOLLOWERSI: 5 TYS.



SOCIAL MEDIA

Social campaign “HCV: I’m aware”

FACEBOOK: REACH 10.6 MILLION

INSTAGRAM: REACH 1.2 MILLION

TWITTER: REACH 2.2 MILLIONS

FOLLOWERS: 5 000

osiągnęła blisko 44% zasięg w prasie oraz 30% zasięg w radiu i telewizji (audycje w Polskim Radiu: Program 1 i Polskie Radio 24 oraz audycja w TVP2 w telewizji śniadaniowej). Ponadto po zorganizowaniu konferencji prasowej, która zainaugurowała działanie NCEŻ, odnotowano wzmianki w postaci licznych publikacji (blisko 60 publikacji, w tym np. na portalu Polskiej Agencji Prasowej – Nauka w Polsce czy portalu Polskiego Radia) oraz reakcje w strefie mediów społecznościowych i blogów (prawie 100 wpisów). Fakt uruchomienia NCEŻ wraz z przekazem o idei i potrzebie jego powstania odnotowały także ogólnopolskie audycje telewizyjne (np. Agrobiznes w TVP1) oraz radiowe (Fakty RMF FM).

Podniesienie poziomu wiedzy na temat profilaktyki zakażeń HCV i wykształcenie właściwych zachowań zdrowotnych to cel kampanii społecznej „HCV Jestem świadom” (KIK/35).

Kampanię skierowano do młodzieży oraz osób dorosłych. Złożyły się na nią spoty telewizyjne i radiowe, konferencje prasowe, konkursy, outdoor, działania w internecie czy Wielki Test Wiedzy w TVP. Temat zakażeń HCV obecny był również podczas wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych, m.in. na Festiwalu Przystanek Woodstock oraz podczas „Lata z Radiem”.

Polish Radio 24, as well as a program in TVP2’s breakfast television). Additionally, the press conference inaugurating the operations of the NCNE generated multiple pieces of coverage (nearly 60 publications, including on the portal of the Polish Press Agency – Science in Poland, and on the portal of Polish Radio) as well as responses in social media and blogs (nearly 100 entries). The launch of NCNE and the message about the idea and the purpose behind its establishment were also reported on national television (e.g. Agrobiznes on TVP1) and radio broadcasts (Fakty RMF FM).

Increasing awareness of HCV infection prevention and shaping correct health behaviours were the goals of the “HCV: I’m aware” social campaign (KIK/35).

The campaign was addressed to adolescents and adults. It consisted of television and radio spots, press conferences, contests, outdoor, internet activities and the TVP Great Test of Knowledge. The issue of HCV infections was also present in cultural and entertainment events including the Przystanek Woodstock Festival and the “Lato z Radiem” (“Summer with the Radio”).

START KAMPANII CZERWIEC 2016

Key visual Kampanii społecznej „HCV Jestem świadom”

NIE ZAJMUJ SIĘ
SZTUCZNYMI
PROBLEMAMI. **WIRUS HCV**
TO REALNE ZAGROŻENIE!

Sprawdź na:
www.jestemswiadom.org

KOLEJNE ATAKI
REKINA!

ANOTHER **SHARK'S**
ATTACK!

TROPIKALNE PAJĄKI
W BANANACH!

TROPICAL SPIDERS
IN BANANAS!

KOBRA
NA OSIEDLU!

COBRA
ON THE ESTATE!

DO NOT FOCUS ON
IMAGINARY PROBLEMS.
HCV VIRUS IS A REAL
THREAT!

Check on:
www.jestemswiadom.org

BLOGERZY

Kampania społeczna „HCV Jestem świadom”



LOS WIAHEROS
MAMALIFE
FIT JEST GIT
BASIA SMOTER
UGOTOWANI.TVC
TWOJE ŹRÓDŁO URODY
ANITA DAMIANOWICZ

BLOGGERS

Social campaign “HCV: I’m aware”



Kampania była specyficzna i złożona organizacyjnie. Niezbędne okazały się konsultacje z ekspertami, a następnie adoptowanie treści, aby przekaz był zrozumiały dla odbiorców.

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny sięgnął po kanały komunikacji atrakcyjne i opiniotwórcze dla młodzieży. W przekazie mediowym zastosowano swoistą prowokację stylistyczną. Zgodnie z wiedzą psychologiczną, według której ludzie – w szumie informacji o różnych zagrożeniach – skupiają się przede wszystkim na tych spektakularnych (takich jak: rekiny, pająki w bananach czy kobrę grasującą na osiedlu), a nie na ważnych, które czyhają na każdym kroku (choćby u fryzjera, kosmetyczki czy w salonie tatuażu), realizatorzy kampanii sprawnie przekierowali uwagę odbiorców na temat zakażeń HCV.

Aby utrzymać stałe zainteresowanie internautów, stworzone w kampanii materiały video, grafiki, memy, animacje ukazywały się na bieżąco z intencjonalną częstotliwością. Na Facebooku, Twitterze, YouTube, Pinterest, Google+, Snapchacie oraz Instagramie powstawały odpowiednie profile. Na uwagę zasługuje zaangażowanie w kampanię youtuberów: Alex Mandostyle, iHanio, Yoczook, Uwaga! Naukowy Bełkot, Serafin TV, Po Prostu Patryk i Requer, którzy stali się jej ambasadorami. Dzięki nim udało się zainteresować tematyką związaną z HCV blisko 4 miliony osób.

The campaign was unique and organizationally complex. It was necessary to consult experts and adapt the content to make the message comprehensible to the target groups.

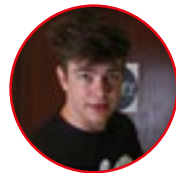
The National Institute for Public Health – National Institute of Hygiene chose communications channels that were attractive to young people and enabled opinion leadership. The media messaging was based on the concept of stylistic provocation – the psychological mechanism whereby people confronted with an excess of information about various dangers tend to focus on spectacular threats (such as sharks, spiders in bananas or a cobra let loose in a residential estate), instead of serious hazards that threaten us in everyday situations (e.g. at the hairdressers, in a beauty salon or tattoo parlour). With it, the implementers of the campaign effectively refocused the audiences’ attention on the issue of HCV infections.

To maintain the steady interest of internet users, the video materials, graphics, memes and animations created for the purpose of the campaign were presented with carefully adjusted frequency. Relevant profiles were created on Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Google+, Snapchat and Instagram. Worth mentioning was the involvement of youtubers in the campaign: Alex Mandostyle, iHanio, Yoczook, Uwaga! Naukowy Bełkot, Serafin TV, Po Prostu Patryk and Requer, who became

YOUTUBERZY

Kampania społeczna „HCV Jestem świadom”

YouTube



ALEX MANDOSTYLE
IHANIO
UWAGA! NAUKOWY BEŁKOT
YOCZOOK
SERAFIN TV
REQUER
POPROSTUPATRYK

Łącznie filmy na YouTube, które powstały na kanałach influencerów, osiągnęły prawie 1 000 000 wyświetleń.

YOUTUBERS

Social campaign “HCV: I’m aware”



In total, the videos on YouTube created in influencer channels reached nearly 1 000 000 views.

Do realizacji kampanii internetowej zostali zaproszeni również blogerzy (Los Wiaheros, Mamalife, Fit jest Git, Basia Smoter, Ugotowani.tv). Z przekazem podprogowym tematyki poruszanej na profilach łatwo trafiali do swoich odbiorców. Dzięki tym działaniom udało się dotrzeć do ponad 350 tys. osób i zwiększyć świadomość tych, którzy starają się znaleźć rozwiązania nurtujących ich problemów i szukać inspiracji do nowych wyzwań.

Na dużą uwagę zasługuje kampania społeczna „Nie pozwól odlecieć swojemu szczęściu!” (KIK/68). Jej realizatorem był Główny Inspektorat Sanitarny, a grupą docelową kobiety w wieku prokreacyjnym, ciężarne oraz ich rodziny i bliscy. Przygotowano spoty telewizyjne i radiowe, broszury, ulotki edukacyjne, plakaty, billboardy oraz reklamy na nośnikach LCD w tramwajach i autobusach. Wzmocnieniem dla działań w mediach były imprezy lokalne, organizowane przez wojewódzkie i powiatowe stacje sanitarno-epidemiologiczne. Nie zabrakło również poradnictwa prowadzonego przez przeszkolony personel medyczny.

Kampania miała zwiększyć świadomość i wiedzę oraz wpłynąć na zmianę zachowań związanych z używaniem alkoholu, tytoniu, a także innych środków psychoaktywnych.

Jedną z ostatnich kampanii zrealizowanych ze środków szwajcarskich był „**Melanż. Oczekiwania vs. rzeczywistość**” (KIK/68). Kampania zwracała uwagę młodzieży na skutki sięgania po używki. Grupą docelową kampanii była młodzież w wieku 15-19 lat, dlatego działania przeprowadzono głównie w internecie.



the campaign's ambassadors. Thanks to their involvement it was possible to pass the message to approximately 4 mln people.

Also invited to work on the internet campaign were bloggers (Los Wiaheros, Mamalife, Fit jest Git, Basia Smoter, Ugotowani.tv). The subliminal communication of campaign messages via their profiles easily reached target audiences. These activities enabled the campaign to reach more than 350 000 people and increase the awareness of those looking to solve their problems and seek inspirations for new challenges.

Particularly worthy of attention is the social campaign “Don’t let your happiness fly away!” (KIK/68). This campaign was realized by the Chief Sanitary Inspectorate, and the target group were women of childbearing age, pregnant women, their families and partners.

The campaign included television and radio spots, brochures, educational flyers, posters, billboards as well as advertising on LCD screens on trams and buses. Media activities were reinforced by local events, organized by voivodeship and powiat sanitary-epidemiologic stations. There were also consultations provided by trained medical personnel.

The campaign was designed to increase awareness and knowledge, and to effect changes in the consumption of alcohol, tobacco and other psychoactive substances. One of the last campaigns realized with Swiss funds was “**Party hard: expectations vs. reality**” (KIK/68). This campaign alerted adolescents of the effects of using psychoactive substances. The target group of this campaign were young people aged 15-19, therefore activities were conducted primarily on the internet.

Zdrowie bywa ulotne niczym balonik.
Dbając o siebie, zmniejszasz ryzyko, że je stracisz.

Nie pozwól odlecieć swojemu szczęściu!

- Znajdź czas na codzienną aktywność fizyczną.
- Zadbaj o zdrową dietę.
- Unikaj tytoniu, narkotyków, alkoholu i innych środków psychoaktywnych.

Prowadź zdrowy styl życia i bądź niezależna.

Więcej informacji znajdziesz na stronie www.zdrowiewciazy.pl





Realizatorzy kampanii założyli, że wobec używek istnieją oczekiwania. Są one związane z ich oddziaływaniem na organizm i uatrakcyjnianiem wizerunku towarzyskiego. Oczekiwania mijają się jednak z rzeczywistością.

W kampanii powstało 10 filmów przeznaczonych do wyświetlania w social mediach i prasie internetowej. Dodatkowo powstała strona internetowa www.melanz.tv. Jej głównym elementem był test zbliżony do popularnych quizów wiedzy-rozrywkowych, bardzo atrakcyjnych dla grupy docelowej, która chce wiedzieć jak najwięcej o sobie i otaczającym świecie. Zadania w teście zawierają informacje o działaniu używek i nałogach oraz o sposobach życia bez uzależnień.

Kampanię wspierali influencerzy publikujący materiały na swoich profilach społecznościowych. Dzięki temu komunikacja trwała także po zakończeniu kampanii. Osoby obserwujące influencerów miały nadal kontakt z przekazem merytorycznym. Również treści na YouTube pozostały w obiegu ekosystemu tego kanału i nadal są oglądane.

Na stronie kampanii www.melanz.tv dostępne są rozszerzone informacje na temat alkoholu i substancji psychoaktywnych. Jest tam również lista kontaktów do organizacji zajmujących się profilaktyką uzależnień.

Bardzo efektywnym elementem prowadzenia kampanii są narzędzia promocji wykorzystywane w internecie. Ciekawym rozwiązaniem jest również uzupełnienie jej tradycyjnymi mediami (telewizja, radio, prasa) w przypadku skierowania przekazu do osób starszych.

Obok narzędzi, kluczowy jest także czas trwania kampanii. Najlepsze efekty przynosi długotrwała kampania, która ma szansę osiągnąć maksymalny wymiar edukacyjny trwale oddziaływający na odbiorcę.



The campaign implementers assumed that users have certain expectations of psychoactive substances. These expectations involve the substances' effect on the body, and improvements in one's social standing. However, these expectations do not match reality.

The campaign included 10 videos designed for viewing in social media and in internet publications. Additionally, a website (www.melanz.tv) was developed. The main part of the site was a test, similar to popular, infotainment quizzes, which are very attractive to the target group seeking to learn as much as possible about themselves and the world. The questions in the test contain information about the effects of psychoactive substances and addictions, and about addiction-free lifestyles.

The campaign was supported by influencers who published materials on their social media profiles. This enabled communications to continue after the campaign finished. Users following the influencers continue to access the core messaging. The YouTube content also remains within the ecosystem of the channel and continues to be viewed.

The campaign's site www.melanz.tv provides extended information about alcohol and psychoactive substances. It also includes a list of contacts of organizations involved in addiction prevention.

One very effective element of the campaign were the promotional tools used on the internet. An interesting solution was to supplement these tools with traditional media messaging (television, radio, press) in communications addressed to older people. Aside from the tools, another key factor of the campaign was its duration. Best educational results are achieved by long-term campaigns, which are able to achieve the maximum educational impact that continues to affect the audience.

Szczególnie ważnym aspektem projektu KIK/33 był wybór grupy docelowej – dzieci w wieku przedszkolnym. Jest to okres, gdy wypadają zęby mleczne i wyrastają nowe, które mają służyć przez całe życie. Dlatego tak istotna jest edukacja, by każdego dnia troszczyć się o zdrowie tych zębów.

Szeroki zasięg przedsięwzięcia, obejmujący całą Polskę, stanowił ogromne wyzwanie. Konieczne było stworzenie kompetentnego zespołu współpracowników i edukatorów, których pozyskiwano z pomocą uczelni medycznych. Uważam, że niezwykle ważne jest włączenie tej tematyki na stałe do programów zajęć w przedszkolu.

Prof. dr hab. Maria Borysewicz-Lewicka, kierownik Stomatologii Dziecięcej UMP

A particularly important aspect of project KIK/33 was the choice of target group – preschool children. This is a time when milk teeth fall out, and new teeth grow that should last a lifetime. That is why it so important to provide education to ensure daily oral healthcare.

The broad scope of the project, covering all of Poland, created a huge challenge. It was necessary to establish a competent team of colleagues and educators who were acquired with the assistance of medical schools. I believe it is very important to permanently include this issue in preschool tutoring programs.

Prof. Maria Borysewicz-Lewicka, M.D., Ph.D., chief of children's dentistry, Poznan University of Medical Sciences.



Jako kosmetyczka jest mi niezmiernie miło, iż mogłam wziąć udział w tej kampanii i choć trochę przyczynić się do naświetlenia istoty ryzyka zakażeniem HCV. Uważam, że takie kampanie są bardzo potrzebne wśród naszego środowiska, bo świadomość społeczna w tym względzie jest mizerna. Całe przedsięwzięcie oceniam celująco. Każda forma próbująca dotrzeć do świadomości drugiego człowieka – ukazując mu pewne fakty – bądź pomagająca w rozwiązaniu już zaistniałego problemu budzi mój szacunek. Ważne jest poszerzanie wiedzy i docieranie do jak największego grona odbiorców. Osoby świadome przekazują tę wiedzę dalej i chronią w ten sposób zdrowie, a może nawet i życie innych.

Wiem, że kampania pomogła wielu ludziom i że proces ten trwa, więc pomoże ona kolejnym osobom. Mam ogromną nadzieję, że najbliższe lata ukażą efekty całego projektu KIK/35 i liczby na wykresach zakażeń spadną znacznie w dół.

Malwina Błaszkievicz, kosmetyczka, uczestnik szkolenia oraz laureatka „Konkursu na Twarz Kampanii HCV”

As a cosmetics technician I am very pleased to have participated in this campaign and at least somewhat contributed to raising the awareness of the risk of HCV infection. I believe that campaigns like this are highly needed in our community, because public awareness of the issue is poor. I consider the project exemplary. I respect every attempt to reach the awareness of another person to provide them with facts or to help solve an existing problem. It is important to expand the knowledge and to reach the broadest possible audience. People with awareness pass this knowledge on and protect the health, and perhaps even the life of others.

I know the campaign helped many people and that the process is ongoing and will help even more. I do hope that upcoming years will demonstrate the effects of project KIK/35 and that the numbers on the graphs illustrating infections will be significantly lower.

Malwina Błaszkievicz, beauty specialist, participant in the training and winner of the “Face of the HCV Campaign” Contest

Zdając sobie sprawę z zachodzących zmian, w tym zwiększającego się znaczenia internetu i mediów społecznościowych, udało nam się przygotować kampanię skierowaną do młodzieży i realizowaną wyłącznie w internecie. Jest to pierwsza kampania poruszająca tematykę substancji psychoaktywnych, zrealizowana wirtualnie na taką skalę. Rzeczą wyjątkową, którą udało nam się osiągnąć i którą warto rozwijać i kontynuować, jest tworzenie treści, dostosowanych do, w miarę możliwości, wąskich grup docelowych. W ten sposób możemy się komunikować z wybraną grupą w sposób zrozumiały, przyjazny i przystępny. Idealnym przykładem jest właśnie zrealizowana przez nas kampania w internecie, której grupa docelowa to młodzież w wieku 15-19 lat. Aleksandra Lusawa, kierownik projektu KIK/68, Dyrektor Departamentu Promocji Zdrowia, Biostatystyki i Analiz w Głównym Inspektoracie Sanitarnym

Keeping in mind the ongoing changes, including the growing importance of the internet and social media, we designed a campaign addressed to young people, and implemented it solely on the internet. This is the first campaign concerning the issue of psychoactive substances implemented virtually on such a scale. Our unique accomplishment that is worth developing and continuing is the development of content adapted to, whenever possible, narrow target groups. This way we can communicate with the selected group in an understandable, friendly and accessible way. One perfect example is the just implemented internet campaign addressed to the target group of teenagers aged 15-19. Aleksandra Lusawa, KIK/68 project manager, Director of Department of Health Promotion, Biostatistics and Analysis of the Chief Sanitary Inspectorate





Imprezy masowe i pikniki zdrowotne

Podczas kampanii społecznych nie mogło zabraknąć bezpośredniego kontaktu z odbiorcami przekazu. W dobie internetu często obserwowanym zjawiskiem jest oddalanie się nadawcy od odbiorcy. Dlatego tak cenne są spotkania z ludźmi, do których kierowany jest komunikat. Okazją do tego są m.in. imprezy masowe, pikniki, festyny.

Imprezy masowe, pikniki, wydarzenia promocyjne były z dużym sukcesem realizowane w projekcie KIK/35.

Działania edukacyjno-informacyjne, skierowane do ogółu społeczeństwa, prowadzono bezpośrednio w 17 miastach w całej Polsce. To właśnie tam docierał zespół edukatorów, animatorów, lekarzy i przedstawicieli Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego – Państwowego Zakładu Higieny oraz Państwowej Inspekcji Sanitarnej. Dużym sukcesem było włączenie się w akcję „Lato z Radiem”. Realizatorzy projektu odwiedzili 10 miast, które składały się na trasę koncertową „Lato z Radiem”.

W trakcie działań promocyjnych prowadzonych podczas imprez wykorzystywano aktywnie nowe technologie. Uczestnicy brali udział w zabawach i rozwiązywali quizy w infokioskach z ekranem dotykowym. Bezpośredni dostęp do strony internetowej kampanii ułatwiał znalezienie odpowiedzi na pytania dotyczące wirusa HCV. Edukatorzy i animatorzy przeprowadzali ankietę zawierającą informacje o HCV i wzw C z wykorzystaniem tabletów, co umożliwiło zbieranie danych na bieżąco.

Mass events and health picnics

Social campaigns were designed to ensure direct contact with target audiences. In the internet age, the sender and the receiver in communications often become separated. That is why it is so important to meet the target audience. Opportunities to do so include mass events, picnics and festivals.

Mass events, picnics and promotional events were successfully implemented in project KIK/35.

Educational and information activities, addressed to the general public, were conducted directly in 17 cities throughout Poland and were supported by a team of educators, animators, doctors and representatives of the National Institute of Public Health – the National Institute of Hygiene and National Sanitary Inspection.

The involvement in the action “Lato z Radiem” („Summer with the Radio”) was a great success. The project implementers visited 10 cities on the “Lato z Radiem” tour map.

New technologies were actively used in the promotional activities conducted during the events. Participants took part in play activities and solved quizzes in touch-screen info-kiosks. Direct access to the campaign website made it easier to find answers to questions concerning HCV. Educators and animators conducted a survey with information about HCV on tablets, facilitating on-the-fly data collection.

TRASA KONCERTOWA „LATO Z RADIEM” „LATO Z RADIEM” TOUR VENUES



IMPREZY MASOWE I PIKNIKI KIK/35 OTHER MASS EVENTS AND PICNICS



WYDARZENIA PLENEROWE KAMPAKIA WIEDZY O HCV



Dwa namioty Kampanii „HCV Jestem świadom” – 28,1 tys. odwiedzin
16,5 tys. osób wzięło udział w animacjach
1180 haseł o HCV w konkursie kreatywnym
1846 anonimowych ankiet i 909 odwiedzin stanowiska lekarza
2800 zdjęć w fotobudce, 3360 bezpiecznych tatuaży
rozdano 38 939 materiałów promocyjnych



Animacja publiczności polegała na zapraszaniu do namiotów HCV i proponowaniu wzięcia udziału w przygotowanych atrakcjach. Edukatorzy rozdawali uczestnikom imprezy kody QR z zaszyfowanymi hasłami. Zadaniem uczestnika było utworzenie nowego hasła poprzez dokończenie zdania. Co 45 minut komisja, składająca się z przedstawicieli NIZP-PZH, wybierała najbardziej kreatywne hasło, a zwycięzca otrzymywał nagrodę. Chętnie odwiedzaną częścią stoiska była strefa odpoczynku. Widownia relaksowała się, oglądając na 2 ekranach LCD spoty promocyjne. W strefie chill-out można było również porozmawiać z edukatorami i lekarzem. Dwóch animatorów obsługiwało strefę animacji dziecięcej. Tam dzieci rysowały „wirusostracha” i wykonywały własne przypinki (piny). Mogły też wziąć udział w różnych zabawach, np. w animacji gry muzycznej, nauczyć się piosenki o myciu rąk, poukładać ogromnej wielkości puzzle czy stworzyć tematyczne memory na panelu infokiosku. Jest to bardzo ciekawy przykład dotarcia do społeczeństwa z przekazem na temat poważnego problemu zdrowotnego, którego większość osób nie jest świadoma.

Urozmaiceniem stoiska była fotobudka. Jako tło i rekwizyty do zdjęcia uczestnicy mieli do dyspozycji zabawne elementy scenografii, piankowe strzałki w barwach kampanii czy roll-up z kolorową grafiką. Zadaniem animatora było aranżowanie zabawy, obsługa techniczna fotobudki i zdobycie zgody na opublikowanie zdjęcia na stronie internetowej kampanii. Zgoda nagradzana była upominkiem.

Wydarzenia we wszystkich punktach edukacyjnych, podczas pikników „Lato z Radiem” w całej Polsce oraz niektórych imprez regionalnych, wspierała Fundacja „HIGIEJA” i Stowarzyszenie Sadów Grójeckich. Przekazało ono na pikniki certyfikowane jabłka grójeckie.

Podobnie jak w latach ubiegłych, tak i w roku 2016, działania informacyjne na szeroką skalę zostały przeprowadzone wśród uczestników Festiwalu Przystanek Woodstock w Kostrzynie. W specjalnie przygotowanym punkcie edukacyjnym propagowano wiedzę o HCV. Na imprezie przebywało 243 000 osób.

Drużyna edukacyjna projektu KIK/35 dotarła także do miasteczka Tuszyn. W czasie imprezy z okazji 600-lecia tej miejscowości zorganizowano różnorodne atrakcje. Uczestnicy zdobywali wiedzę poprzez zabawę. Dzieci wspólnie tworzyły wizerunek „wirusostracha”, układały puzzle, brały udział w grach i w zabawach ruchowych,

OPEN AIR EVENTS: HCV KNOWLEDGE CAMPAIGN



Two tents of the “HCV: I’m aware” campaign – 28 100 visits
16 500 people took part in the animations
1180 slogans about HCV in the creative contest
1846 anonymous surveys and 909 visits at the doctor’s stand
2800 photographs in the photo booth, 3360 safe tattoos
38 939 promotional materials were distributed



Animations for the public involved inviting guests to HCV tents and offering participation in the prepared attractions. Educators handed out QR codes with coded words. The participants were tasked with creating a new slogan by finishing the sentence. Every 45 minutes, a committee consisting of representatives of NIPH-NIH, selected the most creative slogan, and its author was given a prize. The chill-out zone within the stand enjoyed strong popularity. The guests relaxed by watching promotional spots on two LCD screens. The chill-out zone also provided opportunities to talk to educators and a doctor. Two animators serviced the children’s animation zone. The children drew a “scaryvirus” and created their own pins. They also had the opportunity to participate in different games, e.g. an animated musical game to learn a song about washing hands, assembling huge puzzles or creating themed memories on the info-kiosk’s screen. This is a very interesting example of reaching out to the public with a message about a serious health concern that escapes the majority’s awareness.

Additional entertainment was provided by a photo booth. The backgrounds and props included funny set piece elements, foam arrows in the campaign’s colours, and a roll-up with colourful graphics. The animator’s task was to animate the fun, provide technical service for the photo booth, and obtain permission to publish the photograph on the campaign’s website. Permission was rewarded with a small gift. The events in all the educational points operating during the “Lato z Radiem” (“Summer with the Radio”) picnics throughout Poland, and selected regional events were supported by the “HIGIEJA” Foundation and the Grójeckie Orchards Association. This organization contributed certified Grójec apples to the picnics.

Similarly to previous years, broadly scoped informational activities in 2016 were conducted among participants in the Przystanek Woodstock Festival in Kostrzyn. A specially prepared educational booth provided information about HCV. 243 000 people participated in the event.

Project KIK/35’s educational team also reached the town of Tuszyn. Various attractions were set up during an event commemorating the town’s 600th anniversary. Participants acquired knowledge through fun activities. Together, children created the image of the “scaryvirus”, assembled puzzles, participated in games and fun



śpiewały piosenki. Młodzież układała puzzle magnetyczne, uczestniczyła w kreatywnych konkursach z nagrodami i z pomocą edukatorów rozwiązywała quiz. Podczas działań edukacyjno-informacyjnych, odbywających się w 17 polskich miastach, stoisko HCV odwiedziło ponad 28 000 osób, a w animacjach wzięło udział 16 500 osób. W konkursie kreatywnym powstało 1180 haseł o HCV, wypełniono 1846 anonimowych ankiet, a stoisko lekarza odwiedziło 909 osób. W fotobudce zrobiono 2800 zdjęć, wykonano 3360 bezpiecznych tatuaży, rozdano 38 939 materiałów promocyjnych.

W projekcie KIK/68 Wojewódzkie Stacje Sanitarно-Epidemiologiczne zorganizowały wiele eventów na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym.

16 Wojewódzkich Stacji Sanitarно-Epidemiologicznych (WSSE) i 318 Powiatowych Stacji Sanitarно-Epidemiologicznych (PSSE) na terenie całego kraju organizowało działania prozdrowotne, mające na celu edukację społeczeństwa w zakresie negatywnych skutków używania substancji psychoaktywnych.

Szacuje się, że w ponad 29 imprezach regionalnych oraz 8784 imprezach na poziomie lokalnym udział wzięło ponad 1 300 000 osób. W ramach niniejszych imprez WSSE i PSSE włączały się m.in. w duże lokalne obchody i wydarzenia – pikniki,

physical activities, and sang songs. Adolescents assembled magnetic puzzles, participated in creative contests with prizes, and solved a quiz with the assistance of educators.

In the course of the educational and informational activities taking place in 17 cities in Poland, the HCV booth was visited by more than 28 000 people, with 16 500 people participating in animations. 1180 slogans about HCV were developed in the creative contests, 1846 anonymous surveys were filled out, and 909 people visited the doctor's booth. The photo-booth took 2800 photos, 3360 safe tattoos were made, and 38 939 pieces of promotional materials were distributed.

In project KIK/68, Voivodeship Sanitary-Epidemiologic Stations organized many events on the national, regional and local levels.

16 Voivodeship Sanitary-Epidemiologic (VSES) Stations and 318 Poviati Sanitary-Epidemiologic Stations (PSES) throughout the country organized pro-health activities designed to educate the public on the adverse effects of using psychoactive substances.

It is estimated that more than 1 300 000 people participated in 29 regional and 8784 local events. As part of these events, VSES and PSES took part in large local celebrations and events – picnics, festivals, open-air events, markets and sports events.

SZACUJE SIĘ, ŻE W PONAD 29 IMPREZACH REGIONALNYCH ORAZ 8784 IMPREZACH NA POZIMIE LOKALNYM W PROJEKIE KIK/68 UDZIAŁ WZIĘŁO PONAD 1 300 000 OSÓB.

IT IS ESTIMATED THAT MORE THAN 1 300 000 PEOPLE PARTICIPATED IN 29 REGIONAL AND 8784 LOCAL EVENTS IN PROJECT KIK/68.





festyny, uroczystości plenerowe, jarmarki, imprezy sportowe. Imprezy publiczne były okazją do organizacji stoisk i punktów informacyjnych, w których odbiorcy mogli między innymi uzyskać informacje o szkodliwości substancji psychoaktywnych, wykonać za pomocą tzw. smokerlyzerów pomiary zawartości tlenku węgla w wydychanym powietrzu, jak również brali udział w ćwiczeniach symulujących upośledzenie zmysłów pod wpływem środków psychoaktywnych lub alkoholu z wykorzystaniem alkogogli. Udzielano także porad w zakresie profilaktyki uzależnień. Rozpowszechniano informacje dotyczące korzyści wynikających z powstrzymywania się od spożywania alkoholu, palenia tytoniu, a także używania innych substancji psychoaktywnych, zwłaszcza przez kobiety planujące bądź będące w ciąży. Adresatem tych działań były różne grupy: kobiety w ciąży, młodzież gimnazjalna oraz licealna i ich opiekunowie, kadra pedagogiczna, personel medyczny, społeczność lokalna. Podobnie jak w projekcie KIK/35, WSSE w Gorzowie Wlkp. zorganizowała m.in. kampanię edukacyjną podczas Przystanku Woodstock. Pracownicy PSSE w Nakle i Toruniu podczas imprezy plenerowej „Bezpieczne wakacje bez używek” zorganizowali quizy wiedzy nt. profilaktyki uzależnień dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Natomiast WSSE w Gdańsku zorganizowała Wojewódzki Przegląd Małych Form Teatralnych „Uzależnienia wokół nas”, którego celem było promowanie zachowań zapobiegających uzależnieniom oraz wspierających wzrost poziomu odpowiedzialności za własne życie oraz szacunku wobec siebie i innych. W Przeglądzie wzięli udział uczniowie szkół ponadgimnazjalnych z terenu województwa pomorskiego.



Public events were an opportunity to organize information booths and points where visitors could obtain information about the adverse effects of psychoactive substances, use the so-called smokealyzers to determine the level of carbon oxide in exhaled air, and participate in exercises simulating sensory impairment resulting from the use of psychoactive substances and alcohol, using alco-goggles. Addiction prevention advice was also given. Information was distributed concerning the benefits of abstaining from alcohol, tobacco and other psychoactive substances, particularly by women planning pregnancy or pregnant. These activities were addressed to various groups: pregnant women, secondary and post-secondary school adolescents and their caregivers, teaching staff, medical personnel and local communities. Similarly to project KIK/35, the VSES in Gorzów Wlkp. organized, among other activities, an educational campaign during the Przystanek Woodstock Festival. During the open-air event entitled “Safe holidays without psychoactive substances”, employees of PSES in Naklo and Toruń organized quizzes on addiction prevention for post-secondary school students. The VSES in Gdańsk organized a Voivodeship Review of Small Theatrical Forms entitled “Addictions around us”, designed to promote behaviours to prevent addictions and support the growth of self-responsibility and respect for oneself and others. Participating in the review were students of post-secondary schools from the Pomorskie voivodeship. The theatrical form of the project helped integrate the school communities and inspired them to work on addiction prevention through contact with art.

Teatralna forma przedsięwzięcia sprzyjała integracji środowisk szkolnych i była inspiracją do działań w zakresie profilaktyki uzależnień poprzez kontakt ze sztuką.

W ramach obchodów Światowego Dnia bez Tytoniu, WSSE w Bydgoszczy zorganizowała konkurs na przedstawienie teatralne pn. „Zamień uzależnienie na twórcze spełnienie”, adresowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Celem konkursu było przedstawienie za pomocą wybranej formy teatralnej konsekwencji zdrowotnych i społecznych wynikających z używania środków psychoaktywnych.

WSSE w Gdańsku zorganizowała Wojewódzki Festiwal Krótkich Filmów o Uzależnieniach, skierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych województwa pomorskiego. Celem ww. festiwalu było promowanie życia bez nałogów, zachowań asertywnych młodzieży oraz wzrost wiedzy uczestników i odbiorców działań nt. zagrożeń związanych z używaniem środków psychoaktywnych.

W Festynie Zdrowotnym w Poznaniu, który odbył się 29 maja 2016 r., uczestniczyły setki dorosłych i dzieci wraz z realizatorami projektu „Dzieciństwo bez próchnicy” (KIK/33) oraz przedstawicielami Studenckiego Koła Naukowego Stomatologii Dziecięcej Uniwersytetu Medycznego w tym mieście.

Stanowisko projektu znajdowało się w specjalnie utworzonej „Uliczce Zdrowia”. Tam uczestnicy mogli bezpłatnie zasięgnąć konsultacji medycznych i dietetycznych, zmierzyć ciśnienie, poziom glukozy czy skorzystać z innych badań profilaktycznych. Inicjatywa cieszyła się dużym zainteresowaniem zarówno wśród dorosłych, jak i dzieci. Maluszki uczyły się poprawnego mycia zębów, korzystając ze wskazówek



As part of the World Day Without Tobacco celebrations, the VSES in Bydgoszcz organized a contest for a theatrical play entitled “Turn your addiction into creative fulfilment”, addressed to post-secondary school students. The aim of the contest was to present, in a selected theatrical form, the adverse health and social effects of psychoactive substance use.

The VSES in Gdańsk organized a Voivodeship Festival of Short Films of Addiction, addressed to students of post-secondary schools in the Pomorskie voivodeship. The aim of the festival was to promote life without addictions, assertive behaviours in young people, and to improve awareness of the hazards involved in the use of psychoactive substances among participants and audiences.

The Health Festival in Poznań, which took place on 29 May 2016 was attended by hundreds of adults and children, along with implementers of the “Caries-free childhood” project (KIK/33) and representatives of the Children’s Dentistry Students’ Association of the Poznan University of Medical Sciences.

The project’s stand was located in a specially created “Health Street” where participants could obtain free medical and dietary consultations, measure their blood pressure and sugar levels, as well as take other prophylactic tests. The initiative enjoyed strong interest of both adults and children. The children learned how to brush their teeth correctly under guidance from students from the students’ association and the project’s mascot – Pampis the Bunny. The children painted by numbers, received

MAGICZNA PODRÓŻ KRÓLIKA PAMPISIA Uśmiechnij się i spędź ten dzień razem z nami!

- Bezpłatne konsultacje stomatologiczne
- Liczne atrakcje dla dzieci
- Konkursy z nagrodami
- Prezenty dla dzieci
- Pokaz iluzjonisty

The graphic features a blue rabbit mascot named Pampis the Bunny, dressed as a magician with a blue bow tie and a top hat, holding a wand. To the right is a map of Poland with a dotted line indicating a travel route through several cities: GDAŃSK, BIAŁYSTOK, GORZÓW WLKP., POZNAŃ, WARSZAWA, ŁÓDŹ, LUBLIN, and KRAKÓW. Small rabbit icons are placed along the route.

studentek koła naukowego oraz maskotki projektu – Królika Pampisia. Malowały kolorowanki, otrzymywały upominki i brały udział w losowaniu nagród. Rodzice chętnie zasięgaliby porad, jak dbać o jamę ustną dzieci od najmłodszych lat. Festyn był wydarzeniem o charakterze prozdrowotnym, połączonym z zabawą i rekreacją. Obok oferty medycznej organizatorzy przygotowali bogaty program rozrywkowy dla całych rodzin.

Idea projektu KIK/33 przedstawiana była również podczas ogólnopolskich pikników „Magiczna Podróż Królika Pampisia” w centrach handlowych. Takie działania umożliwiło dotarcie do osób, które w przypadku braku tej inicjatywy nie miałyby styczności z projektem. W ten sposób zasięg przedsięwzięcia był znacznie poszerzony, a co za tym idzie zwiększona została grupa, do której skierowano informacje o prawidłowej profilaktyce próchnicy.

Dni Otwarte dla konsumentów oraz pikniki zdrowotne projektu KIK/34 organizowane były w siedzibie Instytutu Żywności i Żywienia, w szkołach i w centrach handlowych na terenie całego kraju.

Od 2013 r. do 2016 r. IŻŻ corocznie organizował w swojej siedzibie Dni Otwarte dla konsumentów. W ich trakcie konsumenci mogli m.in. uzyskać porady dietetyczne, wykonać pomiary antropometryczne, badanie stężenia cukru we krwi, pomiary ciśnienia tętniczego, ocenić dzienne spożycie poszczególnych składników odżywczych i energii, spróbować zdrowych przekąsek oraz koktajli, jak również skorzystać ze wspólnych ćwiczeń prowadzonych przez profesjonalistów.

Pierwszy piknik zdrowotny odbył się 22 października 2016 r., a ostatni 29 listopada 2016 r. Imprezy miały charakter cykliczny. W trakcie każdego z pikników informacje

gits and participated in drawing prizes. Parents were eager to obtain advice on how to provide oral care to children from the youngest age. The festival was a pro-health event, combining elements of fun and recreation. Aside from the medical offering, the organizers also provided a rich entertainment program for entire families.

The idea of project KIK/33 was also presented during nationwide picnics “Magiczna Podróż Królika Pampisia” (“The Magical Journey of Pampis the Bunny”) in shopping centres. This approach allowed the project to reach audiences that otherwise would not have been exposed to the initiative. This greatly expanded the outreach of the project, growing the target group for information about proper caries prevention.

Open Days for consumers and health picnics of the KIK/34 project were organized in the seat of the National Food and Nutrition Institute, in schools and shopping centres throughout the country.

From 2013 to 2016, the Institute organized annual Open Days for consumers. In the course of the events, consumers had the opportunity to, among other things, obtain dietary advice, undergo anthropometric measurements, blood glucose tests, blood pressure tests, assess their daily intake of individual nutrients and energy, try healthy snacks and cocktails, and take part in exercises presented by professionals.

The first health picnic took place on 22 October 2016, and the last on 29 November 2016. The events were held repeatedly each year. During each picnic, the information on the problem of obesity and counteracting it, as well as nutritional advice were communicated in different ways depending on the target group – overweight and obese adults with diet-related diseases, consumers, women of childbearing age and pregnant women and youth of elementary school. Children and adults were





dotyczące problematyki otyłości, jej zwalczania oraz porady żywieniowe przekazywane były w różnorodny sposób, w zależności od grup docelowych, do których skierowana była informacja – dorosłych z nadwagą i otyłością oraz chorobami dietozależnymi, konsumentów, kobiet w wieku prokreacyjnym i w ciąży oraz młodzieży szkolnej. Dzieci i dorośli korzystali z licznych porad dietetycznych, podstawowych badań, takich jak pomiar ciśnienia, składu ciała, pokazów kulinarnych. Brali również udział w konkursach oraz ćwiczeniach.

Wydarzenia organizowane w ramach imprez masowych lub pikniki, które stanowiły swoiste „wyjście naprzeciw” potencjalnym odbiorcom przekazu wypracowanego w projektach szwajcarskich, są doskonałym przykładem, jak można poszerzyć wachlarz kanałów, którymi przekazywane są treści na temat profilaktyki chorób. Zapewniają one dotarcie do osób, które nie są świadome ryzyka zdrowotnego w danym zakresie i same nie poszukują na ten temat informacji. Przy okazji innych aktywności – czy to uczestnictwa w imprezach organizowanych przez samorządy, wielotysięcznych wydarzeniach kulturalnych, czy robienia zakupów w centrach handlowych – otrzymują profesjonalnie przygotowaną i poprawną pod względem merytorycznym dawkę informacji o tym, jak poprawić swój stan zdrowia i zweryfikować nawyki.



provided with dietary advice, basic tests such as blood pressure, body fat, and culinary shows. They also participated in contests and exercises.

Activities organized as part of mass events or picnics were a form of outreach to potential audiences of the messages developed in the course of the Swiss projects. These activities are excellent examples of how to expand the range of channels of communicating disease prevention messages. These channels provide access to those who are not aware of the health risks in the area in question, and do not seek information individually. In the process of other activities such as participating in events organized by local governments, large cultural events or shopping in shopping centres, these audiences receive a professionally prepared, and scientifically accurate dose of information on how to improve their health and verify their habits.



Edukacja zdrowotna

Jednym z głównych działań projektów profilaktycznych Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy była edukacja zdrowotna. Miała ona charakter bezpośredni i pośredni. Prowadzona była m.in. w przedszkolach, szkołach, placówkach medycznych, punktach konsultacyjnych, sklepach, internecie. Były to szkolenia, kursy, programy edukacyjne, a także e-learning, videoporady oraz porady udzielane przez telefon.

Edukacja zdrowotna prowadzona w przedstawianych projektach miała charakter holistyczny – podjęto próbę kompleksowego rozpowszechniania zweryfikowanej wiedzy i wpływania na kształtowanie nawyków poprzez wykorzystanie różnorodnych, połączonych ze sobą narzędzi. Dużym atutem był także precyzyjny wybór grup docelowych.

Co zrobić, by dzieci nie miały próchnicy? Jakie są jej przyczyny i jak można jej uniknąć? Przed próbą rozwiązania tego problemu stanął zespół ekspertów projektu KIK/33, planując działania edukacyjne.

Były one wszechstronne i dzięki dużej skali działań pozwoliły dotrzeć do szerokiego grona odbiorców – dzieci w wieku 0-5 lat, ich rodziców, nauczycieli przedszkolnych i pracowników medycznych.

Główną grupę docelową edukacji bezpośredniej stanowiły dzieci w wieku przedszkolnym oraz ich rodzice, a środowiskiem działań były przedszkola. Zajęcia dla dzieci prowadzili edukatorzy. Demonstrowali oni, w jaki sposób prawidłowo szczotkować zęby, uczyli także, jak dodatkowo o nie dbać. W ciekawy i przystępny sposób opowiadali dzieciom, dlaczego próchnica powstaje i co robić, by jej uniknąć. Specjalne lekcje przeznaczone były również dla rodziców. Przeszkolono także nauczycieli przedszkolnych w zakresie podstawowych zagadnień związanych z higieną jamy ustnej oraz wyrabiania dobrych nawyków. Wyposażeni w rzetelną wiedzę, zaopatrzeni w przygotowany przez specjalistów scenariusz lekcji, nauczyciele prowadzili z dziećmi zajęcia w przedszkolu. Scenariusz lekcji może być wykorzystywany w kolejnych latach, dzięki czemu efekty projektu mają szansę utrzymać się jeszcze długo po jego zakończeniu. W scenariuszu położono nacisk nie tylko na przekazywanie najmłodszym wiedzy teoretycznej, ale również praktyczne jej wykorzystanie w czasie lekcji. Narratorem, który przeprowadza dzieci przez poszczególne części zajęć, jest Królik Pampis. Młodzi uczestnicy zajęć opanowują podstawowe zasady dbania o zęby, dowiadują się, jak prawidłowo je szczotkować, kiedy udać się do dentysty oraz co sprzyja powstawaniu próchnicy. Scenariusz obejmuje również aktywność ruchową, wypełnianie kart pracy z zagadkami i zadaniami do rozwiązania oraz prace plastyczne. W trakcie zajęć dzieci oglądają film z atrakcyjną animacją i instruktą szczotkowania. Dzięki takiemu zróżnicowaniu zajęcia lepiej angażują dzieci i przekazują informacje w kreatywny i efektywny sposób. Zwieńczeniem lekcji jest wspólne mycie zębów.

Health education

One of the main focuses of the prophylactic projects of the Swiss-Polish Cooperation Programme was health education, in its direct and indirect form. It was conducted in, among other places, preschools, schools, medical facilities, consultation points, stores and on the internet. This included training, courses, educational programs and e-learning, video and phone consultations.

Health education provided within the presented projects was structurally holistic – an attempt was made to comprehensively deliver verified knowledge and influence the shaping of habits through the use of varied, interconnected tools. Another asset of the programme was the careful choice of target groups.

How to prevent caries in children? What are the causes and how can it be avoided? These problems faced the team of experts project KIK/33 planning their educational activities.

The activities were comprehensive, and their wide scale enabled the project to reach a broad target group – children aged 0-5, their parents, preschool teachers and healthcare professionals.

The main target group for direct education were preschool children and their parents within the preschool environment. Activities for children were hosted by educators who demonstrated how to correctly brush teeth and provide additional oral care. They explained to children in interesting and accessible way why caries develops and what to do to avoid it. Special classes were designed also for parents. Training was also provided to preschool teachers concerning basics of oral healthcare and forming good habits. Equipped with accurate knowledge and a lesson script developed by specialists, the teachers conducted classes with children in preschools. The lesson scripts can be used in subsequent years, enabling the project to maintain its results long after completion. The script focuses not only on communicating theoretical knowledge to the children but also on its practical application during lessons. The narrator who guides the children through the individual activities is Pampis the Bunny. The young participants learn the basics of oral care – how to brush teeth correctly, when to see the dentist and what contributes to the development of caries. The script also includes physical activity, fill-out charts with quizzes and tasks, as well as artwork. During the activities, the children view a video with attractive animations and brushing instructions. This variety of activities helps keep the children more involved and communicates information in a creative and effective way. The lesson culminates in a toothbrushing session for everyone.

Thanks to the training, parents and preschool teachers significantly improve their knowledge on how to provide proper oral care to children. In an evaluation test

Dzięki szkoleniom rodzice i nauczyciele przedszkolni znacznie podnieśli poziom swojej wiedzy, jak prawidłowo dbać o zęby najmłodszych. W przeprowadzonym po zajęciach teście ewaluacyjnym (w stosunku do testu rozwiązywanego na początku zajęć) odsetek błędnych odpowiedzi udzielanych przez nauczycieli spadł 6-krotnie, a przez rodziców aż 9-krotnie.

Przeprowadzono również szkolenia dla położnych, pielęgniarek i pediatrów z całego kraju. W trakcie szkoleń przedstawiano wyczerpujące informacje na temat rozwoju próchnicy, możliwych jej powikłań, rozwoju uzębienia mlecznego i stałego, wpływu diety i stanu zębów kobiety w ciąży na zdrowie jamy ustnej jej dziecka. Po zajęciach uczestnicy otrzymywali ulotki edukacyjne przeznaczone dla rodziców dzieci w wieku 0-2 lat. Zdobyta wiedza i umiejętności pozwoliły na dalsze rozpowszechnienie wiedzy na temat higieny jamy ustnej wśród rodziców małych dzieci poprzez włączenie odpowiednich treści do informacji przekazywanych w trakcie wizyt patronażowych, wizyt profilaktycznych lub związanych z wystąpieniem stanu chorobowego u dziecka.

Opracowane w projekcie materiały informacyjne w formie ulotek i broszur trafiły na oddziały położnicze, do szpitali rodzenia i do innych miejsc, odwiedzanych przez rodziców. Oprócz informacji na temat, jak powstaje choroba próchnicowa, czym jest próchnica wczesnego dzieciństwa, w jaki sposób można ochronić jamę ustną noworodka i niemowlęcia przed zakażeniem bakteriami próchnicotwórczymi oraz jak na co dzień przeciwdziałać chorobie, ulotka zawiera również podstawowe informacje na temat rozwoju uzębienia dziecka, wpływu odżywiania na zdrowie jego jamy ustnej oraz praktyczne porady dotyczące szczotkowania i wizyt u stomatologa. Jej istotną częścią są również zalecenia odnośnie diety kobiet w ciąży.

conducted after the classes (comparing results to a test solved before the activity), the percentage of incorrect answers given by teachers dropped sixfold, and the percentage of incorrect answers given by parents fell ninefold.

Training was also conducted for midwives, nurses and paediatricians throughout the country. The training course provided exhaustive information about the development of caries, possible complications, development of milk and permanent teeth, and the impact of diet and teeth condition of pregnant women on the child's oral health. After the classes, the participants received educational flyers for parents of children aged 0-2. The newly acquired knowledge and skills enabled them to further spread the knowledge about oral hygiene among parents of schoolchildren, by including the relevant content in messages communicated during patronage visits, preventive consultations, or visits related to illnesses.

The informational materials developed for the project in the form of flyers and brochures were distributed to maternity wards, birthing schools and other places visited by parents. Aside from information on the development of caries, the specifics of early childhood caries and ways to protect the newborn's and infant's oral cavity from infection by tooth decay bacteria, and how to prevent diseases on a daily basis, the flyer also includes basic information about the development of children's teeth, the impact of nutrition on oral health care, and practical advice on brushing and visiting the dentist. Another important part are recommendations concerning nutrition for pregnant women.

Projekt „Dzieciństwo bez próchnicy”, w którym brało udział nasze przedszkole, było przedsięwzięciem, które zmieniło stosunek dzieci do mycia zębów. Przedszkolaki wzajemnie się pilnują i chętnie używają klepsydry, która wyznacza im czas mycia zębów. Często wspominają „Pampisia”, pacynkę projektu. Przyjaźnią się z nią zresztą do dzisiaj ☺. Rodzice dziękowali za zainteresowanie dzieci profilaktyką oraz sprawą mycia zębów.

Przedszkole „Pod Topolą”, nr 71 w Poznaniu

Ewa Wachowiak-Smolkowska – nauczycielka, Marzenna Bolińska – dyrektor przedszkola

The “Caries-free childhood” action in which our preschool participated was a project that changed the children’s approach to brushing teeth. Our preschoolers watched one another and eagerly used the hourglass which indicates tooth brushing time. They often talk about “Pampis”, the mascot of the project, and they consider him their friend ☺. The parents have thanked us for making children interested in oral care and brushing teeth.

“Pod Topolą” preschool no. 71 in Poznan

Ewa Wachowiak-Smolkowska – teacher, Marzenna Bolińska – preschool director

Działania edukacyjne skierowane do rodziców i dzieci prowadzono również w internecie, za pośrednictwem strony internetowej wraz z forum i blogiem oraz fanpage projektu na portalu Facebook. Na stronie internetowej znajdują się wszystkie materiały edukacyjne opracowane w ramach projektu, a także blog i forum dyskusyjne. Blog zawiera artykuły, które w prosty i przystępny sposób przekazują wiedzę o zdrowiu jamy ustnej dziecka oraz są odpowiedzią na najczęściej pojawiające się pytania związane z dbaniem o zęby malucha. Na forum internetowym natomiast rodzice mogą bezpośrednio zadać pytania specjalistom. Fanpage na portalu Facebook służy do prezentowania wiedzy w sposób bardziej skrótowy, często za pomocą grafik i infografik, a także do bieżącej komunikacji z użytkownikami oraz przekazywania informacji na temat aktualnych wydarzeń mających miejsce w projekcie.

Educational activities addressed to parents of children were also conducted on the internet, via a website with a forum and blog, as well as on the project’s fan page on Facebook. The website contains all the educational materials developed as part of the project, as well as a blog and discussion forum. The blog contains articles which simply and accessibly communicate knowledge about children’s oral health care, and answer frequently asked questions concerning baby tooth care. The web forum is a place where parents can ask questions directly to specialists. The Facebook fanpage is designed to present knowledge in brief form, often with the use of graphics and infographics, as well as to keep in touch with users on an ongoing basis and to communicate information about current events in the project.

OSIĄGNIĘTE WSKAŹNIKI DZIAŁAŃ EDUKACYJNYCH

Projekt KIK/33

LICZBA PRZEDSZKOLI OBJĘTYCH EDUKACJĄ	5725
LICZBA DZIECI OBJĘTYCH EDUKACJĄ	385 987
LICZBA RODZICÓW OBJĘTYCH EDUKACJĄ	326 673
LICZBA PRZESZKOLONÝCH PIELĘGNIAREK I POŁOŹNYCH	1499
LICZBA PRZESZKOLONÝCH PEDIATRÓW	285
LICZBA ODSŁÓN STRONY INTERNETOWEJ PROJEKTU	624 231



RESULTS OF EDUCATIONAL ACTIVITIES IN FIGURES

Project KIK/33

5725	NUMBER OF PRESCHOOLS PROVIDED WITH EDUCATION
385 987	NUMBER OF CHILDREN COVERED BY EDUCATION ACTIVITIES
326 673	NUMBER OF PARENTS COVERED BY EDUCATION ACTIVITIES
1499	NUMBER OF NURSES AND MIDWIVES TRAINED
285	NUMBER OF PAEDIATRICIANS TRAINED
624 231	NUMBER OF PROJECT WEBSITE PAGE VIEWS

Na szczególną uwagę zasługują, opracowane w ramach projektu, wytyczne przeznaczone dla rodziców dzieci z niepełnosprawnością. Są to zasady higieny jamy ustnej u dzieci oraz ich przygotowania emocjonalnego do wizyt w gabinecie dentystycznym. Edukacja zdrowotna KIK/33 spotkała się z ogromnym zainteresowaniem wśród odbiorców i zdaniem wielu osób zaangażowanych w to przedsięwzięcie, okazała się sukcesem. Nie obyło się jednak bez trudności. Radosław Zalewski, edukator dzieci w przedszkolach, twierdzi, że najbardziej kłopotliwą częścią pracy była rekrutacja placówek, a następnie uzyskanie od dyrekcji przedszkoli i rodziców formularzy zgłoszeniowych, wymaganych do szybkiego skompletowania wszelkich niezbędnych dokumentów. Dzięki szeroko prowadzonej akcji informacyjnej problemy te udało się jednak przezwyciężyć. Zdaniem prof. Marii Borysewicz-Lewickiej, kierownika Katedry Stomatologii Dziecięcej Uniwersytetu Medycznego w Poznaniu, najtrudniejszym zadaniem było skłonienie rodziców do uczestnictwa w szkoleniach. Trudno też było ich zachęcić do tego, by ze zdobytej wiedzy korzystali w domu. Niewątpliwie pomocny okazał się internet. Tą drogą rodzice otrzymywali różne wskazówki oraz informacje i w ten sposób byli ciągle motywowani do rozwijania dobrych nawyków.

Jak zapobiegać nadwadze i otyłości? Jak uniknąć chorób przewlekłych? Co jeść i ile się ruszać, by zachować zdrowie? Jak zmotywować ludzi, by było to dla nich ważne – to zagadnienia, które poruszano w ramach prowadzonej edukacji w projekcie KIK/34.

Edukacja realizowana w projekcie „Zachowaj równowagę” miała szeroki zasięg i była skierowana do precyzyjnie określonych grup społeczeństwa.

Skorzystały z niej kobiety w ciąży i matki karmiące, dzieci i młodzież, rodzice i nauczyciele, dyrektorzy szkół i przedszkoli, osoby dotknięte nadwagą i otyłością oraz producenci i konsumenci żywności.

Edukacja kobiet w ciąży i matek karmiących dotyczyła zasad prawidłowego żywienia i aktywności fizycznej. W programie wzięło udział 12 371 kobiet, szkolonych



Particularly worthy of attention are the guidelines developed as part of the project for parents of disabled children, concerning oral hygiene in disabled children and preparing the child emotionally for a visit at the dentist's.

Health education in KIK/33 enjoyed strong interest of target groups and according to many persons involved in the project, the action was a success. However, there were difficulties. Radosław Zalewski, preschool educator, states that the most troublesome part of project work was recruiting the preschools and then obtaining from their directors, and the parents the submission forms required to quickly complete the necessary documentation. Thanks to broad information activities these problems were overcome.

According to Prof. Maria Borysewicz-Lewicka, head of the Children's Dentistry Faculty of the Poznan University of Medical Sciences, the most difficult task was to convince parents to participate in the training. It was also difficult to convince them to apply the acquired knowledge at home. Undoubtedly helpful in this aspect was the internet, where parents received various guidelines and information, which motivated them to continue developing the healthy habits.

How to prevent excess weight and obesity? How to avoid chronic diseases? What to eat and what physical activity to pursue to stay healthy? How to motivate people to focus – these issues were addressed as part of the education in project KIK/34.

Education implemented as part of the “Keep the balance” project was provided in a broad scope and was addressed to precisely defined target groups within society. It provided benefits to pregnant women and breast-feeding mothers, children and adolescents, parents and teachers, directors of schools and preschools, people affected by excess weight and obesity, as well as producers and consumers of food. Education for pregnant women and breast-feeding mothers focused on principles of healthy nutrition and physical activity. 12 371 women participated in the program,





przez 128 edukatorów w 57 różnych placówkach. Na uwagę zasługuje wdrożenie videoporad z ćwiczeniami dla kobiet w ciąży, które pokazują, jak zachować formę i dobrą sylwetkę. Informacje w nich prezentowane stanowią dodatkowo zachętę do dbania o prawidłowe odżywianie w ciąży.

W ramach programu certyfikacji szkół prowadzono również działania edukacyjne skierowane do dzieci i młodzieży na temat prawidłowego odżywiania i roli aktywności fizycznej. Działania te zostały wzmocnione multimedialnym przekazem w postaci filmików dostosowanych dla dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym, których głównymi bohaterami były zarówno wykreowane postaci, takie jak Profesor FunFIT, jak i znane osoby ze świata kulinarnego i mediów, np. Pascal Brodnicki, Anna Lewandowska i Paulina Sykut-Jeżyna. Prowadzono edukację pośrednią poprzez specjalnie przygotowane filmy dla nauczycieli.

Edukacja w zakresie zdrowego odżywiania na stałe zagościła w internecie dzięki stworzonemu portalowi – Narodowe Centrum Edukacji Żywnościowej (NCEŻ).

Elementem, o który warto byłoby rozszerzyć projekt KIK/34, są szkolenia skierowane do personelu kuchni w placówkach edukacyjnych. Potwierdza to wypowiedź Agnieszki Prusisz – lidera projektu w Szkole Podstawowej nr 3 w Łasku. Jej zdaniem pracownicy kuchni powinny być szkolone przynajmniej raz w roku. Warto również zobligować tę grupę do przestrzegania konkretnych przepisów i norm żywnościowych, obowiązujących w grupowym żywieniu dzieci i młodzieży w przedszkolach i szkołach. Czasem nieświadomość jednej osoby decydującej o codziennym przyrządzaniu jedzenia dla dzieci w placówce może zniweczyć wszelkie starania w dbaniu o zdrowie.



trained by 128 educators in 57 different facilities. Noteworthy was the implementation of video consultations with exercises for pregnant women which show how to maintain form and a good figure. Information presented in the consultations create an additional incentive to focus on proper nutrition during pregnancy.

The school certification program included educational activities addressed to children and adolescents about proper nutrition and the role of physical activity. These activities were reinforced by multimedia messages in the form of videos adapted to preschool and school children, featuring both fictional protagonists such as Profesor FunFIT, as well as real culinary and media celebrities such as Pascal Brodnicki, Anna Lewandowska and Paulina Sykut-Jeżyna. Indirect education was provided through special videos for teachers.

Education on healthy nutrition found a permanent place on the internet on the portal established as part of the project – the National Centre for Nutrition Education (NCNE).

Activities in project KIK/34 could be broadened by trainings addressed to kitchen personnel in educational facilities. This is confirmed in the opinion of Ms. Agnieszka Prusisz – project leader in Elementary School no. 3 in Łask. She believes that kitchen employees should be trained at least once a year. It is also a good idea to obligate this group to follow specific nutritional guidelines and standards in providing mass nutrition in preschools and schools. Sometimes the lack of awareness of a single person in charge of daily preparation of meals for children can invalidate all efforts to maintain good health.



Co zrobić, by powstrzymać rozprzestrzenianie się zakażeń wirusem HCV? Jak zwiększyć świadomość grożącego niebezpieczeństwa, jak nauczyć właściwych zachowań? Kogo przede wszystkim edukować? Jak dotrzeć z przekazem do osób najbardziej zagrożonych i jednocześnie najtrudniej dostępnych? Przed takimi zadaniami stanął zespół projektu KIK/35.

By skutecznie edukować, trzeba było wcześniej zbadać, co Polacy wiedzą o wirusie i o zakażeniach HCV. Okazało się, że świadomość ludzi na ten temat jest niska. Aż 55% spośród badanych osób nie słyszało o HCV, a 80% zakażonych tym wirusem, w ogóle o tym nie wie. Wyniki badań pozwoliły precyzyjnie określić: po pierwsze – główne obszary działań edukacyjnych i po drugie – odbiorców.

Przed wszystkim należało wyjaśnić, czym jest HCV, i nauczyć społeczeństwo, jak chronić siebie i innych przed zakażeniem. Istotne było również uświadomienie, jak ważna jest czynna postawa: unikanie sytuacji, w których może dojść do zakażenia, czujność i zadawanie pytań w sytuacjach, gdy powinna być zachowana sterylność oraz chęć poddania się z własnej inicjatywy badaniom w kierunku HCV.

Określono, że odbiorcami przekazu powinien być ogół społeczeństwa, jednakże wyłoniono grupy, do których przede wszystkim należy dotrzeć z informacją. Są to pracownicy placówek medycznych i diagnostycznych, użytkownicy narkotyków dożylnych (IDU), pracownicy medyczni i pozamedyczni, oferujący zabiegi upiększające, w trakcie których dochodzi do przerwania łączności tkanek.



What to do to stop the spread of HCV infections? How to increase awareness of the threat, and how to teach proper behaviours? Who should be educated in the first place? How to deliver messages to people most at risk but at the same time least accessible? These were the tasks that the team of project KIK/35 had to face.

In order to provide effective education, it was first necessary to research what Poles know about the virus and HCV infections. It was determined that public awareness of the issue is low. As many as 55% of respondents had never heard of HCV, and 80% of infected people are not aware of their status. Study results enabled us to, first of all, precisely specify the area of educational efforts, and secondly to determine our target groups.

The first order of action was to explain what HCV is and to teach the public how to protect themselves and others from infection. It was also important to make them aware of the importance of an active approach: avoiding situations which could result in infection, vigilance and asking questions when sterility is necessary, and fostering willingness to take the initiative to test themselves for HCV.

It was specified that the target audience should be the general public, but certain primary groups were singled out for communications. These included employees of medical and diagnostic facilities, injection drug users, and medical and nonmedical personnel offering beauty services that involve breaking tissues continuity.

Odbyły się 53 szkolenia dla pracowników medycznych, na temat zapobiegania zakażeniom krwiopochodnym. Dla pracowników sektora usług pozamedycznych (fryzjerów, kosmetyczek, tatuażystów) zorganizowano 81 szkoleń.

Bardzo istotnym przedsięwzięciem edukacyjnym było stworzenie platformy e-learningowej, dostępnej dla wszystkich zainteresowanych. Za jej pośrednictwem odbywały się głównie szkolenia dla lekarzy, diagnostów, ratowników medycznych, personelu salonów fryzjerskich, kosmetycznych, akupunktury, gabinetów stomatologicznych, studiów tatuażu. Właśnie te miejsca charakteryzują się zwiększonym ryzykiem zakażenia HCV i to w nich należy stale podnosić standardy pracy. Udział w kursie e-learningowym lekarzy, diagnostów laboratoryjnych, ratowników medycznych skutkuje przyznaniem dla nich punktów edukacyjnych, potwierdzających rozwój zawodowy i aktualizację wiedzy.

W szkoleniach stacjonarnych wzięło udział 6196 osób. Na platformie zarejestrowanych było ponad 3000 użytkowników, a odwiedzało ją każdego roku około 9 tys. osób.

Co zrobić, by coraz mniej osób sięgało po narkotyki i inne substancje psychoaktywne – papierosy, alkohol, dopalacze? Jak uświadomić młodzieży i kobietom w ciąży lub planującym ciążę ich szkodliwe działanie? Jak uchronić potomstwo przed skutkami stosowania substancji psychoaktywnych? Na tych właśnie problemach skoncentrowano się w projekcie KIK/68.

Odbiorcami przekazu były kobiety w wieku prokreacyjnym między 15. a 49. rokiem życia oraz ich partnerzy i bliscy. Działaniami edukacyjnymi objęto także lekarzy, pielęgniarki, położne, koordynatorów programu edukacyjnego ze stacji sanitarno-epidemiologicznych oraz nauczycieli ze szkół ponadgimnazjalnych.

Ze względu na konieczność szerokiego podejścia do grupy docelowej program edukacyjny odbywał się dwutorowo: dla młodzieży w wieku 15-19 lat, a dla kobiet powy-

53 trainings about preventing blood-borne infections for medical employees were carried out. 81 trainings were organized for employees of the nonmedical services sector (hairdressers, beauticians, tattoo artists).

One very important educational endeavour was the establishment of an e-learning platform available to everyone interested. It provided training primarily for doctors, diagnosticians, medical emergency personnel, hairdressers and beauty parlours, acupuncture and dentist's office personnel and tattoo artists. These places carry an increased risk of HCV infection, and require ongoing efforts to increase working standards. Participation in e-learning by doctors, laboratory diagnostic technicians and medical emergency personnel provides them with educational credentials which confirm their professional development and up-to-date knowledge.

Stationary training was provided to 6196 people. More than 3000 users were registered on the platform, which was visited by approximately 9000 people each year.

How to limit the use of drugs and other psychoactive substances – cigarettes, alcohol and “legal uppers”? How to make adolescents, pregnant women or women planning parenthood aware of the adverse effects of these substances? How to safeguard children against the effects of psychoactive substance use? Project KIK/68 focused on these problems.

The target group of these messages were women in childbearing age (15 to 49), their partners and family members. Educational activities were also extended to doctors, nurses, midwives, coordinators of educational programs in sanitary-epidemiologic stations, and teachers in postsecondary schools.

Due to the need for a broad approach to the target group, the educational program was implemented in a dual-track arrangement: for adolescents aged 15-19, and for women over the age of 20 and their partners – in selected workplaces. As many as



żej 20. roku życia i ich partnerów – w wybranych zakładach pracy. Zrealizowano aż 209 szkoleń w zakładach pracy, w których uczestniczyło ok. 58 000 pracowników. Natomiast uczniowie ze szkół ponadgimnazjalnych uczestniczyli w programie edukacyjnym „ARS, czyli jak dbać o miłość?”. Fachowa wiedza oraz przydatne wskazówki dotarły do blisko pół miliona młodych ludzi. W trakcie realizacji programu nauczyciele korzystali z platformy e-learningowej, z której mogli pobierać materiały do zajęć. Przed wdrożeniem programu zorganizowano 17 szkoleń dla koordynatorów wojewódzkich i powiatowych ze stacji sanitarno-epidemiologicznych. Przeprowadzono również 49 szkoleń dla 3711 nauczycieli. Szkolenia te służyły przygotowaniu wojewódzkich, powiatowych koordynatorów, jak również nauczycieli do prawidłowego wdrożenia programu edukacyjnego w szkołach ponadgimnazjalnych. W dziesięciu miastach z całej Polski zorganizowano szkolenia dla kadry medycznej tj. dla lekarzy podstawowej opieki zdrowotnej, pediatrów, ginekologów, położników, pielęgniarek, neonatologów, pt. „Skuteczna komunikacja z pacjentem w zakresie ograniczania konsekwencji zdrowotnych używania substancji psychoaktywnych”. W szkoleniach wzięło udział 897 osób. Oprócz wykładów merytorycznych prowadzonych przez wybranych ekspertów, uczestnicy szkoleń stacjonarnych mogli skorzystać z kursu e-learningowego dostępnego na platformie szkoleniowej projektu (www.zdrowiewciazy.pl), za którego ukończenie otrzymywali certyfikat i punkty edukacyjne.



209 training sessions were implemented in workplaces, with approximately 58 000 employees participating. Students from postsecondary schools participated in the educational program “ARS: caring for your love”. Professional knowledge and advice was provided to nearly half a million young people. In the implementation of the program, the teachers used the e-learning platform where they could download class materials. 17 training sessions were organized for coordinators from VSES and PSES prior to implementing the program. Additionally, 49 training sessions were carried out for 3711 teachers. These trainings were designed to prepare voivodeship and powiat coordinators, and teachers to properly implement the educational program in post-secondary schools. Trainings for medical staff, i.e. primary healthcare doctors, paediatricians, gynecologists, obstetricians, nurses and neonatologists entitled “Effectively communicating with patients on reducing the health consequences of psychoactive substance use” were organized in 10 cities in Poland. 897 people participated in the training. Aside from professional lectures delivered by selected experts, participants in stationary training sessions could access an e-learning course available on the project’s training platform (www.zdrowiewciazy.pl). Completing the course was awarded with educational credentials and certificates.



Edukacja stanowi bardzo ważny element profilaktyki. Osoby, które przyswoją wiedzę, zinternalizują ją, stają przed szansą zmiany ukształtowanych nawyków, a co za tym idzie poprawy swojego stanu zdrowia oraz pozytywnego wpływania na otoczenie. Najlepsze efekty może przynieść edukacja najmłodszych. Na tym etapie życia nawyki dopiero kształtują się, zatem najłatwiej oddziaływać na ich pozytywne zmiany. W przedstawionych działaniach edukacyjnych na uwagę zasługuje duża różnorodność narzędzi edukacyjnych oraz ich trafny dobór względem specyfiki grupy docelowej. Warto także podkreślić wartość edukacji pośredniej, dzięki której jeszcze długo po zakończeniu projektów kolejni odbiorcy będą mogli poszerzać swoją wiedzę na wybrane problemy zdrowotne. Nie mniej istotne dla utrzymania trwałości rezultatów wypracowanych w projektach są portale internetowe, które w każdym omawianym powyżej przypadku stanowią platformę edukacyjną, zawierającą źródło zweryfikowanej, aktualnej wiedzy.

Rzetelna wiedza przekazywana w projekcie była szczególnie doceniana przez rodziców, którzy w gąszczu informacji w internecie, często sami nie są pewni, jak powinni dbać o zęby swoich pociech.

To, co jest naprawdę dużą wartością projektu, to wszechstronne działania i uwzględnienie wielu grup odbiorców. Dzięki temu projekt obejmuje zarówno dzieci (edukacja bezpośrednia), jak i dorosłych – nauczycieli przedszkolnych (edukacja pośrednia), rodziców i personel medyczny – pielęgniarki, położne, lekarzy pediatrów (szkolenia). Z całą pewnością warto edukować w przedszkolach, ale szczególną wagę trzeba przyłożyć do uświadamiania rodziców. Najlepiej robić to od samego początku, np. poprzez działania na oddziałach położniczych czy w szkołach rodzenia. Tam też staliśmy się dotrzeć poprzez szkolenia dla położnych i pielęgniarek oraz przekazywanie materiałów edukacyjnych, ale z pewnością przydałby się program skierowany bezpośrednio do tych odbiorców.

Piotr Gmerek, koordynator projektu KIK/33

Education is a very important part of prevention. People who acquire knowledge and internalize it can change existing habits, improve their health and positively influence their surroundings.

Best results are achieved by educating the youngest. At this stage of life, habits are only forming, and it is easiest to direct them towards positive change.

The presented educational activities stand out in terms of the large variety of educational tools and their fitting adaptation to the specifics of the target. It is also worth emphasizing the value of indirect education, thanks to which long after the completion of the project subsequent audiences will still be able to expand their knowledge on selected healthcare issues. Equally important to maintaining the results achieved by the project are internet portals which in each of the cases discussed above constitute educational platforms providing sources of verified, up-to-date knowledge.

The accurate knowledge communicated in the course of the project was particularly appreciated by parents, who, confused by the multitude of information available on the internet, are often not sure how they should provide care for their children's teeth. The project's main value lies in the comprehensible activities, and consideration for a large group of audiences. With this approach, the project involves both children (direct education) and adults – preschool tutors (indirect education), parents and medical personnel – nurses, midwives, paediatricians (training).

Preschool education is certainly worth the effort, but particular focus must be applied to increasing the awareness of parents. This is most easily achieved from the very beginning, e.g. through efforts in maternity wards and birthing schools. That is where we tried to reach with training for midwives and nurses, and by providing educational materials, but we would certainly do with a program addressed directly to these audiences.

Piotr Gmerek, KIK/33 project coordinator



Zajęcia edukacyjne „ARS, czyli jak dbać o miłość?”, projekt KIK/68 „Profilaktyczny program w zakresie przeciwdziałania uzależnieniu od alkoholu, tytoniu i innych środków psychoaktywnych”

Educational activities: “ARS: caring for your love”, project KIK/68 “Prophylactic programme for the prevention of addiction to alcohol, tobacco, and other psychoactive substances”

Konkursy

Konkursy to jeden z najskuteczniejszych sposobów dotarcia z informacją do odbiorców. Dzięki emocjonalnemu zaangażowaniu uczestników i obietnicy wygranej mogą ułatwić przyswajanie i utrwalanie odbieranych treści. Dodatkowo owocna rywalizacja oraz sukcesy pozytywnie wpływają na rozwijanie poczucia własnej wartości.

Ważnym elementem projektu KIK/34 były konkursy dla przedszkoli i szkół.

Był to Konkurs Dobrej Formy (skierowany do przedszkoli, szkół podstawowych, gimnazjów oraz szkół ponadgimnazjalnych) oraz Olimpiada Dobrej Formy (skierowana do uczniów klas V-VI szkół podstawowych oraz gimnazjów). Ich celem było zaangażowanie dzieci i młodzieży w działania prozdrowotne. Placówki biorące udział w konkursie miały za zadanie m.in.: przekazywanie wiedzy na temat prawidłowego żywienia, przygotowanie plakatów promocyjnych, organizację wystawy prac, prowadzenie lekcji wychowania fizycznego z uwzględnieniem różnych form aktywności fizycznej, organizowanie wydarzeń (inscenizacji, dni poświęconych zdrowemu żywieniu i aktywności fizycznej). W ramach Olimpiady Dobrej Formy szkoły miały do wykonania 4 zadania: zaprojektowanie i przeprowadzenie kampanii edukacyjnej nt. zdrowego żywienia i aktywności fizycznej skierowanej do rodziny/rodziców i rodzeństwa oraz 3 inne zadania do wyboru spośród: konkursu na najładniejszy parapetowy ogródek ze zdrową żywnością, testu wiedzy dotyczącego piramidy żywieniowej i zasad prawidłowego żywienia, zawodów sportowych, testu wiedzy na temat piramidy aktywności fizycznej, konkursu na sporządzenie tygodniowego jadłospisu oraz konkursu na „sałatkę bystrego ucznia”. Uczestniczące instytucje wykazały się tak dużą kreatywnością w wykonaniu zadań, iż decyzja o wyróżnieniu zaledwie kilku była bardzo trudna.

Kolejnymi konkursami w projekcie Instytutu Żywności i Żywienia były „Podziel się przepisem” i „Komponuj świadomie”. Obydwa dotyczyły promocji zdrowego żywienia, polegały na skomponowaniu zdrowego posiłku, a następnie przesłaniu zdjęcia wraz z przepisem i informacjami o produktach użytych do jego przygotowania, w tym o procentowym użyciu soli, cukru i tłuszczu. Zwyciężyły przepisy na „Jesienne leczo z dynią i ciecierzycą” oraz „Sałatkę z makaronem i tuńczykiem”, „Wege lunch”, jak również „Sałatkę z rukolą, kaszą jaglaną i serem kozim”.

Bezpośrednie zaangażowanie w uczestnictwo w konkursie spowodowało większą identyfikację z nabytymi informacjami na temat zdrowego stylu życia.

W 2014 r. został zorganizowany **konkurs dla zakładów pracy uczestniczących w projekcie KIK/68 „Profilaktyczny program w zakresie przeciwdziałania uzależnienia od alkoholu, tytoniu i innych środków psychoaktywnych”**. Celem konkursu było wyłonienie i wyróżnienie firm – liderów we wprowadzaniu w swoich środowiskach pracy dobrych praktyk na rzecz zdrowia pracowników w zakresie ograniczania konsumpcji substancji psychoaktywnych. Kapituła konkursu pod

Contests

Contests are one of the most effective ways of reaching target groups with information. Thanks to the emotional engagement of participants and the promise of prizes, contests facilitate the reception and learning of content. Additionally, fruitful rivalries and successes positively influence the development of self-esteem.

Contests for preschools and schools were an important element of project KIK/34.

These included the Good Form Contest and the Good Form Olympiad (addressed to children in grades V-VI of primary schools and secondary schools). The contests were designed to engage children and adolescents in pro-health activities. Schools participating in the contests were tasked with, among other things, communicating knowledge about proper nutrition, developing promotional posters, organizing an exhibition of creative works, conducting physical education classes with various forms of physical activity, organizing events, (stagings, days dedicated to healthy nutrition and physical activity). As part of the Good Form Olympiad, schools were tasked with four projects: to design and conduct an educational campaign on healthy nutrition and physical activity addressed to families/parents and siblings, and three other tasks to choose from: contest for the prettiest windowsill garden with healthy food, a quiz on the food pyramid and proper nutrition principles, a sports contest, a test on physical activity, a contest to develop a weekly menu, and a “bright student’s salad” contest). Participating institutions exhibited such creativity in their tasks that it was very difficult to choose just a few winners.

Other contests in the project of the National Food and Nutrition Institute were “Share your recipe” and “Compose Consciously”. Both focused on the promotion of healthy diet and involved composing a healthy meal, then sending the photograph along with the recipe and information about products used to prepare it, including figures on the percentage of salt, sugar and fat content. The winning recipes were: “Autumn pumpkin and chickpea stew”, “Pasta and tuna salad”, a “Vegetarian lunch”, and a “Salad with rucola, millet and goat milk cheese”.

Direct engagement in contest participation helped participants identify more with the newly acquired information about healthy lifestyles.

In 2014, **a contest was organized for workplaces participating in the KIK/68 program “Prophylactic programme for the prevention of addiction to alcohol, tobacco, and other psychoactive substances”**. The purpose of the contest was to identify and acknowledge businesses – leaders in implementing good practices concerning employees health – for limiting the consumption of psychoactive substances. The chapter of the contest, under the patronage of the Minister of Health, decided to award the title of Leader in Employee Health to 24 workplaces across the country participating in the project. The awarded workplac-

patronatem Ministra Zdrowia podjęła decyzję o przyznaniu tytułu Lidera działań na rzecz zdrowia pracowników 24 zakładom pracy z całej Polski uczestniczących w niniejszym projekcie. Wśród wyróżnionych zakładów pracy były między innymi areszty śledcze, zakłady karne, szpitale, jak również firmy prywatne.

Główny Inspektorat Sanitarny przeprowadził w 2017 r. ogólnopolski konkurs pn. **Szkoła wolna od używek** na projekt edukacyjny promujący postawę wolną od używek, adresowany do młodzieży ze szkół ponadgimnazjalnych.

Warunkiem udziału w konkursie było przeprowadzenie zajęć w ramach programu „ARS, czyli jak dbać o miłość?”. Zwierczeniem konkursu był centralny event, podczas którego zaproszeni laureaci (młodzież wraz z nauczycielami i opiekunami) podzielili się swoimi doświadczeniami w zakresie realizacji programu „ARS, czyli jak dbać o miłość?” oraz pracy nad własnymi projektami edukacyjnymi. Konkurs został skierowany do szkół ponadgimnazjalnych z całej Polski.



es included temporary detention facilities, prisons, hospitals, as well as private enterprises.

In 2017, the Chief Sanitary Inspectorate conducted a nationwide contest entitled **Szkoła wolna od używek (“Stimulant-free School”)** addressed to adolescents in post-secondary schools, promoting non-use of stimulants.

To participate in the contest, schools had to conduct a class as part of the “ARS: caring for your love”. The contest culminated in a central event during which invited winners (young people with teachers and caregivers) shared their experiences in implementing their own educational projects. The contest was addressed to post-secondary schools throughout Poland.

This attractive form of communication enabled participants to strengthen their awareness of the potentially adverse impact of psychoactive substances on, among other things, foetal development. Cigarettes, alcohol, drugs and “legal uppers” can



Ta atrakcyjna forma przekazu pozwoliła utrwalić wiedzę, jak szkodliwe może być używanie substancji psychoaktywnych między innymi na rozwój płodu. Papierosy, alkohol, narkotyki, dopalacze niosą ze sobą poważne konsekwencje zdrowotne, niczego w życiu nie budują, a tylko mogą zniszczyć – nawet bliskie relacje, przyjaźń czy miłość. Dla młodych odbiorców były to tak ważne informacje, że wyrazili chęć, by w przyszłości również ich dzieci mogły uczestniczyć w podobnych zajęciach.

Uważam przedsięwzięcie za udane. Realizację programu „ARS, czyli jak dbać o miłość?” ułatwił i uatrakcyjnił bardzo interesujący pakiet materiałów edukacyjnych. Niezwykle trafne kompleksowe podejście do profilaktyki uzależnień wpłynęło na to, że program był ciekawy, uczniowie aktywnie uczestniczyli w zajęciach. Podział na III części umożliwił przeprowadzenie go w trzech etapach (ważne ze względu na szkolne zajęcia programowe). Formuła programu pozwala na niewielkie modyfikacje wynikające z doświadczeń i przeżyć młodzieży. Zdarzało się, że więcej czasu poświęciliśmy np. na skutki zażywania substancji psychoaktywnych, ponieważ młodzi ludzie mieli ochotę podzielić się swoją wiedzą, informacjami o znajomych, czy też przytaczaliśmy nazwiska i szczegóły z życia sławnych ludzi, którzy przegrali swoje życie z powodu uzależnień. Program niewątpliwie zasługuje na kontynuację.

Grażyna Żuchowska-Peroń, koordynator programu „ARS, czyli jak dbać o miłość?”, KIK/68

cause serious health consequences, provide no benefit to life and can prove destructive even to close relationships, friendships or love. The young participants were so impressed by the importance of the information that they wished their future children could also participate in similar activities.

I consider this project a success. The implementation of the “ARS: caring for your love” project was facilitated and made more attractive by a very interesting package of educational materials. A very well designed, comprehensive approach to preventing addictions contributed to making the program interesting, and the students actively participated in its activities. The division into three parts enabled us to implement it in three phases (important due to the school curriculum). The formula of the program enables small modifications to accommodate the experiences of young people. For example, we spent more time discussing the effects of using psychoactive substances, because the young people wanted to share their knowledge, information about their acquaintances, or discuss the details of celebrities who irreparably damaged their lives because of addictions. The program is definitely worth continuing.

Grażyna Żuchowska-Peroń, coordinator of the program “ARS: caring for your love”, KIK/68



Zdrowie jamy ustnej małego dziecka

Poradnik dobrych praktyk w kształtowaniu zachowań
prozdrowotnych w placówkach nauczania i wychowania,
organach samorządowych i organizacjach
pozarządowych w Polsce

 **SWISS**
CONTRIBUTION

PROJEKT „EDUKACJA, PROMOCJA I PROFILAKTYKA W KIERUNKU ZDROWIA JAMY USTNEJ SKIEROWANA
DO MATEK DZIECI, ICH RODZICÓW, OPEKUNÓW I WYCHOWAWCÓW” WSPÓŁFINANSOWANY
PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH SZWAJCARSKIEGO PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWSKIMI
UNII EUROPEJSKIEJ. WSPÓŁFINANSOWANIE KRAJOWE DLA PROJEKTU ZAPEWNIŁ MINISTER ZDROWIA.


Ministerstwo Zdrowia

 **SWISS**
CONTRIBUTION

PROJEKT KIK/35 "ZAPOBIEGANIE ZAKAŻENIOM HCV",
WSPÓŁFINANSOWANY PRZEZ SZWAJCARIĘ W RAMACH SZWAJCARSKIEGO
PROGRAMU WSPÓŁPRACY Z NOWYMI KRAJAMI CZŁONKOWSKIMI
UNII EUROPEJSKIEJ ORAZ MINISTRA ZDROWIA.


Ministerstwo Zdrowia



Projekt KIK/35

“Zapobieganie zakażeniom HCV”

jako przykład zintegrowanych działań

w zdrowiu publicznym na rzecz

ograniczenia zakażeń krwiopochodnych

w Polsce

HCV
Hepatitis C Virus

Rozpowszechnianie rezultatów i dobrych rozwiązań

Przedstawione w tej publikacji projekty zrealizowane w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy mają niewątpliwie znaczenie dla zdrowia społeczeństwa polskiego. Wpłynęły one na zwiększenie świadomości dotyczących ważnych aspektów zdrowotnych, poszerzenie wiedzy, a nawet zmianę postaw i zachowania. Przekłada się to bezpośrednio na korzyści dla całego systemu zdrowia publicznego oraz służby zdrowia w Polsce.

Jednak problemy, nad których rozwiązaniem pracowały zespoły ekspertów, są wciąż aktualne. Próchnica u dzieci, nadwaga i otyłość, zakażenia HCV i uzależnienie od substancji psychoaktywnych – to kwestie, które nadal stanowią duże wyzwanie. Z wielu rezultatów wypracowanych w projektach z obszaru zdrowia można korzystać dalej i warto je rozpowszechniać.

Z tą właśnie myślą w projekcie KIK/33 „Dzieciństwo bez próchnicy” powstała publikacja pt. „Zdrowie jamy ustnej małego dziecka”.

Jest to poradnik dobrych praktyk, pokazujący, jak uczyć dzieci właściwych zachowań w dbaniu o zdrowe zęby. Poradnik kierowany jest do nauczycieli szkół i przedszkoli oraz do przedstawicieli organów samorządowych i organizacji pozarządowych w naszym kraju. Osoby te i instytucje mogą korzystać z zawartej w broszurze obszernej, rzetelnej i aktualnej wiedzy medycznej wielu ekspertów w dziedzinie stomatologii. Mogą również czerpać z niej inspirację do działań oraz dowiedzieć się, jakie narzędzia są potrzebne do tego, by podjęte aktywności zakończyły się sukcesem. Publikacja została przekazana do 2000 różnych placówek i instytucji. Zamieszczona jest również na stronie internetowej projektu www.zebymalegodziecka.pl.

Trwałą wartością zrealizowanego projektu KIK/34, ważną dla zdrowia publicznego, jest Narodowe Centrum Edukacji Żywieniowej (NCEŻ), które przyjęło formę portalu ncez.pl.

Portal prezentuje informacje, metody i narzędzia edukacji wypracowane w kampaniach „Czytajmy etykiety” oraz „Mniej cukru, soli, tłuszczu? Kupuję to!”. Zamieszczono na nim również innowacyjne aplikacje: „Asystent Zdrowego Żywienia” i „Zdrowa Mama”. W ten sposób zapewniono każdemu bezpłatny i szeroki dostęp do wiarygodnej wiedzy oraz do praktycznych wskazówek, jak rozpoznawać najlepszą żywność, co jeść i na czym polega zdrowy styl życia. Rzetelne informacje i porady doświadczonych lekarzy, dietetyków i naukowców rozwiewają wiele mitów i półprawd na temat żywności, rozpowszechnianych w internecie, w innych mediach

Promoting results and best practices

Projects presented in this publication and implemented as part of the Swiss-Polish Cooperation Programme undoubtedly contributed to improving public health in Poland. Their implementation improved awareness of important health aspects, increased knowledge and even influenced changes in attitudes and behaviour. This translates directly into benefits for the whole public health and healthcare system in Poland.

However, the problems that the teams of experts worked on, still remain. Caries in children, excess weight, obesity, HCV infections and addiction to psychoactive substances – these issues continue to pose significant challenges. Many results attained in the health care focus area projects continue to provide benefits and are worth further promotion.

With that issue in mind, a publication entitled “Oral healthcare for small children” was developed in the project KIK/33 “Caries-free childhood”.

It is a guidebook of good practices illustrating how to teach children proper behaviours in oral healthcare. It is addressed to school and preschool teachers, and local government representatives and non-government organizations in the country. These groups and institutions can benefit from the brochure’s extensive, credible and accurate medical knowledge, delivered by many experts in the fields of dentistry. They can also draw inspiration to action and learn what tools are required to ensure that the activities are successful. The publication was forwarded to 2000 different facilities and institutions. It is also available on the project’s website www.zebymalegodziecka.pl. **An important from the point of view of public health and certainly permanent value of the implemented project KIK/34, is the National Centre for Nutritional Education (NCNE), developed as the portal ncez.pl.**

The portal presents educational information, methods and tools developed in the “Read the Label” and “Less sugar, salt and fats? I’m buying it!” campaigns. It also includes the innovative mobile apps: “Asystent Zdrowego Żywienia” (“Healthy Nutrition Assistant”) and “Zdrowa Mama” (“Healthy Mum”). This provided everyone with free and broad access to accurate knowledge and practical tips on identifying the best foods, what to eat, and what a healthy lifestyle entails. Credible information and advice provided by experienced doctors, dieticians and scientists do away with many myths and half-truths popularized on the internet, in other media and spread



i w przekazach ustnych. Komunikaty i porady napisane są prostym, zrozumiałym językiem, aby mogli z nich skorzystać wszyscy pragnący dbać o swoje zdrowie. Stronę wzbogacają także kalkulator BMI i wartości odżywczej produktów i potraw oraz quizy o zdrowym żywieniu.

Wieloletnie działania podejmowane w projekcie KIK/35 zaowocowały obszerną, podsumowującą je monografią, przygotowaną staraniem Narodowego Instytutu Zdrowia Publicznego – Państwowego Zakładu Higieny.

Monografia pt. »Projekt KIK/35 „Zapobieganie zakażeniom HCV” jako przykład zintegrowanych działań w zdrowiu publicznym na rzecz ograniczenia zakażeń krwionośnych w Polsce« stanowi cenne źródło wiedzy teoretycznej i praktycznej dla osób planujących podobne projekty zdrowotne w naszym kraju. Zawiera doświadczenia, osiągnięcia, wnioski oraz rekomendacje najskuteczniejszych działań, pozwalających ograniczyć liczbę osób zakażonych HCV. Opracowanie jest dostępne dla każdego na stronie projektu www.jestemswiadom.org.

Program „ARS, czyli jak dbać o miłość?”, jako ważne osiągnięcie w działaniach edukacyjnych KIK/68, został zgłoszony do bazy projektów rekomendowanych. Ponadto został on objęty honorowym patronatem Ministra Zdrowia i Ministra Edukacji Narodowej.

Program cieszył się ogromnym zainteresowaniem wśród młodzieży, do której wyraźnie dotarł główny przekaz: „być bliżej siebie znaczy dokładnie tyle, co być dalej od nałogów”. Z uznaniem wyrażali się o programie również nauczyciele. W związku

by word of mouth. The messages and advice is written in simple, understandable language to make it accessible to everyone aiming to focus on their health. The page also provides a BMI and calorific value calculator as well as quizzes about healthy nutrition.

The long-term activities undertaken in project KIK/35 resulted in a broad, summarizing monograph, developed by the National Institute for Public Health – National Institute of Hygiene.

The monograph entitled »Project KIK/35 – “Prevention of Hepatitis C Virus (HCV) infections” as an example of integrated activities in public health to reduce the number of blood-borne infections in Poland« constitutes a valuable source of theoretical and practical knowledge for people planning similar health projects in the country. It gathers the experiences, accomplishments, conclusions and recommendations of effective activities to limit the number of HCV infections in the population. The paper is available on the project's website www.jestemswiadom.org.

The program “ARS: caring for your love” as an important accomplishment in educational activities of KIK/68 was submitted to the database of recommended projects. The program was awarded the patronage of Minister of Health and Minister of National Education.

The program enjoyed very strong interest of young people who clearly received the message: “being closer to one another means being further away from addiction.” Teachers also shared positive opinions about the program. In connection with this,

z tym Główny Inspektorat Sanitarny ubiega się o wpisanie programu do Bazy Programów Rekomendowanych, zarządzanej przez Krajowe Biuro do Spraw Przeciwdziałania Narkomanii. W ww. bazie zamieszczane są jedynie programy spełniające kryteria jakościowe, określone w systemie rekomendacji programów profilaktyki i promocji zdrowia psychicznego, a także w programie Exchange on Drug Reduction Action (EDDRA). Umieszczenie programu w bazie zagwarantuje swoistą rekomendację w zakresie wysokiej jakości i będzie zachętą do jego realizacji w działaniach poza projektem.

Powyżej przedstawiono tylko wybrane działania. Efekty i rezultaty wszystkich projektów będą rozpowszechniane i utrzymywane poprzez stałe aktualizowanie stron internetowych, jak również inne aktywności takie jak: coroczny Kongres Żywieniowy, uwzględnienie w „Programie monitorowania stanu zdrowia jamy ustnej populacji polskiej” działań edukacyjnych, wypracowanych w KIK/33 czy przygotowanie założeń do strategii/programu dotyczącego przeciwdziałania rozpowszechnianiu HCV w Polsce.



the Chief Sanitary Inspectorate is submitting the program to the Database of Recommended Programs, managed by the National Bureau for Drug Prevention. This database includes only those programs that meet the qualitative criteria defined in the system for recommending programs of disease prevention and promoting mental health, and in the Exchange on Drug Reduction Action (EDDRA) program. Placement of a program in the database is a sort of recommendation of high quality and will encourage its implementation outside of the project's scope.

Only selected activities were presented above. The effects and results of all projects will be promoted and maintained by continually updated websites, as well as other activities, such as the annual Nutrition Congress, inclusion in the “Program for monitoring the oral health of the Polish population” of educational activities developed in KIK/33 or development of guidelines for the strategy/program on preventing the spread of HCV in Poland.



Kontakty/Contact details

DZIECIŃSTWO BEZ PRÓCHNICY

Wspólnie zapobiegamy chorobie
próchnicowej zębów

KIK/33

Instytucja Realizująca/Executing Agency:

Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu/Poznan University of Medical Sciences
Biuro Projektu/Project Office
ul. Rokietnicka 5E, 60-806 Poznań
Tel.: 61 854 76 57
e-mail: biuroprojektusppw@ump.edu.pl

Partnerzy projektu/Project partners:

Państwowa Medyczna Wyższa Szkoła Zawodowa w Opolu/State School of Higher Medical Vocational Education in Opole
ul. Katowicka 68, 45-060 Opole
Tel.: 77 442 35 27; 048605111544
Fax: 77 442 35 25
e-mail: rekrutacjasppw@wsm.opole.pl

Uniwersytet Medyczny w Lublinie/Medical University of Lublin
al. Raclawickie 1, 20-059 Lublin
Tel.: 81 448 52 97
Fax: 81 528 89 22
e-mail: rekrutacjasppw@umlub.pl

Pomorski Uniwersytet Medyczny w Szczecinie/Pomeranian Medical University in Szczecin
Biuro ds Programów Europejskich PUM/PMU European Programme Office
ul. Rybacka 1, 70-204 Szczecin
Tel.: 784 961 144
Fax: 91 480 07 29
e-mail: rekrutacjasppw@pum.edu.pl

Uniwersytet Jagielloński – Collegium Medicum/Jagiellonian University – Collegium Medicum
Pracownia Stomatologii Dziecięcej Instytut Stomatologii/Children's Dental Laboratory,
Institute of Dentistry
ul. Montelupich 4, 31-155 Kraków
Tel.: 12 424 55 20 lub/or 12 424 55 55 w. 326.
Fax: to 12 424 54 20
e-mail: rekrutacjasppw@cm-uj.krakow.pl

Warszawski Uniwersytet Medyczny/Medical University of Warsaw
Biuro Projektów/Project Office
ul. Żwirki i Wigury 61, 02-091 Warszawa
Tel.: 22 5720 235
e-mail: rekrutacjasppw@wum.edu.pl

Uniwersytet Medyczny w Białymstoku/Medical University of Białystok
Biuro Projektu SPPW/SPPW Project Office
ul. Jana Kilińskiego 1, 15-089 Białystok
Tel.: 85 748 56 50
Fax: 85 748 55 23
e-mail: rekrutacjasppw@umb.edu.pl

Gdański Uniwersytet Medyczny/Medical University of Gdańsk
Katedra i Zakład Stomatologii Wieków Rozwojowego Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego/
Chair and Department of Paediatric Dentistry Medical University of Gdańsk
ul. E. Orzeszkowej 18, 80-208 Gdańsk
Tel.: 58 349 21 03
Fax: 58 349 21 31
e-mail: rekrutacjasppw@gumed.edu.pl

Śląski Uniwersytet Medyczny w Katowicach/Medical University of Silesia
Dział ds. Programów Międzynarodowych/Department of International Programmes
ul. Poniatowskiego 15, 40-055 Katowice
Tel.: 32 208 36 40
Fax: 32 208 35 77
e-mail: rekrutacjasppw@sum.edu.pl



**KIK/34****Instytucja Realizująca/Executing Agency:**

Instytut Żywności i Żywienia/National Food and Nutrition Institute
ul. Powsińska 61/63, 02-903 Warszawa
Tel. 22 55 09 677

Partnerzy projektu/Project partners:

Instytut „Pomnik – Centrum Zdrowia Dziecka”/Children’s Memorial Health Institute
al. Dzieci Polskich 20, 04-730 Warszawa
Tel. 22 815 11 45

Akademia Wychowania Fizycznego Józefa Piłsudskiego/Józef Piłsudski University of Physical Education

ul. Marymoncka 34, 00-968 Warszawa
Tel. 22 834 04 31

Polskie Towarzystwo Dietetyki/Polish Dietetics Society in Warsaw

ul. Nowoursynowska 159C, 02-776 Warszawa
Tel. 22 59 370 21

**KIK/35****Instytucja Realizująca/Executing Agency:**

Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego – Państwowy Zakład Higieny w Warszawie/National Institute for Public Health – National Institute of Hygiene in Warsaw
ul. Chocimska 24, 00-791 Warszawa
Tel. 22 849 76 12
Fax. 22 849 74 84
e-mail: dyrektor@pzh.gov.pl

Partnerzy projektu/Project partners:

Instytut Psychiatrii i Neurologii/Institute of Psychiatry and Neurology
ul. Sobieskiego 9, 02-957 Warszawa
Tel. 22 45 82 800, 45 82 500
e-mail: heitzman@ipin.edu.pl

Uniwersytet Medyczny w Lublinie/Medical University of Lublin
al. Raławickie 1, 20-059 Lublin
Tel. 81 448 5010
e-mail: biuro.rektora@umlub.pl

Główny Inspektorat Sanitarny/Chief Sanitary Inspectorate
ul. Targowa 65, 00-001 Warszawa
Tel. 22 536 13 00

Centrum Medyczne Kształcenia Podyplomowego/Centre of Postgraduate Medical Education in Warsaw

ul. Marymoncka 99/103, 01-813 Warszawa
Tel. 22 5693 701, 022 5693 706
Fax. 22 5693 707
e-mail: dyrektor@cmkp.edu.pl

**KIK/68****Instytucja Realizująca/Executing Agency:**

Główny Inspektorat Sanitarny/Chief Sanitary Inspectorate
ul. Targowa 65, 00-001 Warszawa
e-mail: a.lusawa@gis.gov.pl, t.piotrowski@gis.gov.pl

Partnerzy projektu/Project partners:

Instytut Medycyny Wsi im. Witolda Chódzki w Lublinie/Witold Chodźko Institute of Rural Medicine in Lublin
ul. Jaczewskiego 2, 20-090 Lublin

Instytut Medycyny Pracy w Łodzi im. prof. J. Nofera/Nofer Institute of Occupational Medicine
ul. Św. Teresy od Dzieciątka Jezus 8, 91-348 Łódź

Krajowe Biuro do Spraw Przeciwdziałania Narkomanii/National Bureau for Drug Prevention
ul. Dereniowa 52/54, 02-776 Warszawa

Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych (PARPA)/The State Agency for the Prevention of Alcohol-Related Problems (PARPA)
al. Jerozolimskie 155, 02-326 Warszawa

Więcej informacji o działaniach projektowych można znaleźć na stronach:/For more information about project activities please visit:



Projekt KIK/33:
www.zebymalegodziecka.pl



Projekt KIK/35:
www.hcv.pzh.gov.pl
www.jestemswiadam.org



Projekt KIK/34:
www.zachowajrownowage.pl
www.ncez.pl



Projekt KIK/68:
www.zdrowiewciazy.pl
www.e-stawiamnazdrowie.pl
www.e-zdrowiewpracy.pl
www.szkolenia.zdrowiewciazy.pl

Wydawca/Publisher:
Ministerstwo Zdrowia/Ministry of Health
Departament Funduszy Europejskich i e-Zdrowia/Department of European Funds and e-Health
ul. Miodowa 15
00-952 Warszawa
e-mail: dep-fz@mz.gov.pl
www.zdrowie.gov.pl

Zdjęcia/Photography:
Marcin Zięba, zasoby Instytucji Realizujących/Marcin Zięba, Resources of Executing Agencies

© Copyright by Ministerstwo Zdrowia/Ministry of Health, Warszawa 2017

Opracowanie redakcyjne, graficzne i druk/Editorial and printing compilation:
Taka Paka Project and Design Group – Halina Ostaszewska
www.takapaka.com



Publikacja współfinansowana przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Publication supported by a grant from Switzerland through the Swiss Contribution to the enlarged European Union.

