

Jan Spóźnialski blokuje miejsca w przychodniach a organizatorzy podsumowują 2. edycję kampanii #ODWOŁUJE #NIEBLOKUJE

- **Od kilku/kilkunastu w placówkach prywatnych do nawet kilkudziesięciu procent (Centrum Medyczne “Żelazna”)! Taki spadek liczby nieodwołanych wizyt odnotowały publiczne i prywatne przychodnie, zaangażowane w kampanię #Odwoluje #Nieblokuje w ostatnich miesiącach – tak wynika z danych przedstawionych przez ich przedstawicieli na konferencji podsumowującej dotychczasowe działania w ramach II. edycji kampanii #Odwoluje #Nieblokuje.**
- **Choć kampania przynosi widoczne efekty, do ogłoszenia pełnego sukcesu daleka droga. Jak zaznaczali w trakcie spotkania przedstawiciele największych sieci medycznych odwoływanie musi odbywać się odpowiednio wcześniej, tak, by kolejny pacjent mógł zdążyć na “uwolnioną” w ten sposób wizytę.**
- **Z badania przeprowadzonego na potrzeby kampanii wynika, że na koniec września 2023 r. już niemal 50 proc. ankietowanych słyszało o kampanii #Odwoluje #NieBlokuje. By dotrzeć do kolejnych, ale też utrwalać we wszystkich dobre postawy, od kilku dni pacjenci mogą spotkać w wybranych przychodniach naturalnej wielkości standy z podobizną Jana Spóźnialskiego, blokującego kolejkę i dostęp do gabinetu lekarskiego. Ambientowa akcja ma na celu zwizualizowanie pacjentom negatywnych konsekwencji nieodwoływania umówionych wizyt u lekarzy.**

#Odwoluje #Nieblokuje to kampania zainicjowana w 2022 roku przez Centrum Medyczne CMP. Jej celem jest edukacja pacjentów zarówno publicznych, jak i prywatnych placówek oraz uświadamianie im, jak ważne jest poinformowanie placówki medycznej o tym, że nie uda nam się dotrzeć na umówioną wizytę. Dla przypomnienia, według danych Ministerstwa Zdrowia za 2019 rok takich nieodwołanych wizyt jest w Polsce rocznie przynajmniej 17 milionów. Równoległe podmioty zaangażowane w kampanię promują i wprowadzają dobre praktyki i rozwiązania dla placówek medycznych, by te jak najefektywniej zachęcały pacjentów do dobrych postaw, ale także ułatwiały proces informowania o nieobecności na wizycie. Ważnym aspektem kampanii jest wskazanie ścieżek do zmniejszenia liczby zmarnowanych wizyt, bez obarczania pacjentów wyłączną winą za obecny stan.

- *Postanowiliśmy mocniej zwizualizować problem nieodwoływania wizyt, stąd pomysł na akcję ambientową w przychodniach, gdzie na korytarzach i w gabinetach w wybranych publicznych i prywatnych placówkach medycznych pojawiły się znane z poprzedniej edycji liczniki nieodwołanych wizyt oraz naturalnej wielkości standy z blokującym miejsce Janem Spóźnialskim. Chcieliśmy zaangażować nasz personel w działania kampanijne, tak aby lekarze, pielęgniarki oraz pracownicy administracyjni stali się jej orędownikami i*

ambasadorami, dlatego stworzyliśmy wspólnie wiele materiałów do social mediów z call to action do pacjentów - wyjaśnia Paweł Walicki, prezes Centrum Medycznego CMP, inicjatora kampanii #Odwołuje, #NieBlokuj. Akcją ambientową w placówkach wspierają również tzw. lekarze-Instagramerzy, którzy wykorzystują swoje zasięgi w Social mediach, aby dołączyć się do informowania pacjentów o akcji.

Kluczowym elementem II. edycji kampanii było wypracowanie i promocja Karty Dobrych Praktyk dla Pacjentów. **Jak mówi Magdalena Kołodziej z Fundacji MY Pacjenci, karta ta, zawierająca szereg konkretnych wytycznych i wskazówek dla każdego pacjenta, jest świetnym sposobem na podniesienie społecznej świadomości o znaczeniu odwoływania wizyt.**

Całe środowisko mówi jednym głosem

Kilkanaście milionów nieodwołanych wizyt rocznie to także ogromne straty finansowe oraz zmarnowany potencjał i tak już mocno przeciążonego systemu opieki zdrowotnej w Polsce. Tymczasem odwołanie wizyty co najmniej na dobę przed terminem daje placówkom szansę i zasób do rozdzielenia takich wizyt pomiędzy innych chorych, którzy tym samym mogą liczyć na szybszą pomoc - diagnozę i leczenie.

Nieodwoływanie wizyt u lekarzy to problem całego sektora ochrony zdrowia, niezależnie czy mówimy o podmiotach prywatnych, czy publicznych. Przede wszystkim to strata dla samych pacjentów, którzy w wielu przypadkach tracą możliwość skonsultowania swojego stanu zdrowia wtedy, kiedy tego najbardziej potrzebują. Na przykładzie sieci LUX MED mówimy o skali od 25 tys. do 30 tys. wizyt nieodwołanych miesięcznie. Kolejne 130 tys. wizyt miesięcznie jest odwoływanych na tyle późno, że z części uwolnionych terminów i tak nie są w stanie skorzystać inni pacjenci. Kluczowe jest więc budowanie świadomości społecznej i odpowiedzialności w tym zakresie, dlatego chętnie zaangażowaliśmy się w tę kampanię - komentuje Anna Rulkiewicz, CEO Grupy LUX MED.

Intensywne działania promujące kampanię wśród lekarzy prowadziła z kolei Okręgowa Izba Lekarska w Warszawie. - *Materiały dotyczące akcji dotarły do ponad 32 tys. lekarzy, promując dostępność, wydajność i równy dostęp do opieki zdrowotnej dla wszystkich - mówi Piotr Pawliszak, prezes Okręgowej Izby Lekarskiej w Warszawie, partnera merytorycznego kampanii.*

Kampania #odwoluje #nieblokuje była częścią tegorocznych Targów Zero Waste, zgodnie z myślą przewodnią, żeby każdą wizytę traktować jako zasób, którego nie można marnować. Podczas wydarzenia organizatorzy propagowali akcję wśród uczestników, angażując wielu z nich do objęcia roli Ambasadora kampanii.

W spotkaniu podsumowującym II. edycję kampanii #Odwołuje #Nieblokuje udział wzięli przedstawiciele wszystkich współorganizatorów: Paweł Walicki - Centrum Medyczne CMP, Anna Rulkiewicz - LUX MED, Wojciech Łukasiewicz - Medicover, Aleksandra Brzezińska - PZU Zdrowie, Joanna Kusy - Centrum Medyczne Żelazna, Marcin Fiedziukiewicz - Kliniki.pl, Piotr Radecki - ZnanyLekarz.pl, Piotr Pawliszak - Okręgowa Izba Lekarska w Warszawie, Urszula Szybowicz - Polska Federacja Szpitali, Fundacja Nie Widac Po Mnie, Magdalena Kołodziej - Fundacja MY Pacjenci, Igor

Grzesiak - Instytut Praw Pacjenta i Edukacji Zdrowotnej, Dariusz Piaścik - Sagenso, Daniel Nowocin - Medidesk, Wojciech Przechodzeń - Talkie.

Kampania #ODWOLUJE #NIEBLOKUJE to akcja zainicjowana w 2022 roku przez Centrum Medyczne CMP, która w ciągu kilku miesięcy osiągnęła ogólnopolski zasięg - przyłączyło się do niej ponad 600 placówek medycznych z całej Polski. W 2023 roku kampania została wyróżniona w plebiscytach takich jak PR Wings czy Złote Spinacze.

Kontakt dla mediów:

Magdalena M. Borgus

Ekspert ds. Public Relations

Centrum Medyczne CMP

Tel. +48 695 196 190

e-mail: magdalena.borgus@cmp.med.pl