

**VMESNO POROČILO O IZVEDENI MEDIJSKI PODPORI V  
PROJEKTU PODPORE VLADI RS PRI DOSEGANJU  
PRECEPLJENOSTI PREBIVALSTVA PROTI VIRUSU COVID-19**

Obdobje April - Maj 2021

Pripravil:  
EDVARD KADIČ  
V Ljubljani, 31. 5. 2021

---

## VMESNO POROČILO O IZVEDENI MEDIJSKI PODPORI V PROJEKTU PODPORA VLADI RS PRI DOSEGANJU PRECEPLJENOSTI PREBIVALSTVA PROTI VIRUSU COVID-19

### POVZETEK

Ta dokument je vmesno poročilo, ki obsega pregled in ugotovitve o izvedenih dejavnostih do 31. 5. 2021 na področju komunikacijske podpore Vladi RS pri doseganju precepljenosti prebivalstva proti virusu Covid-19.

### KAZALO

1. IZHODIŠČA. ....	Stran 2
2. OPREDELITEV CILJNIH SKUPIN .....	Stran 2
3. OPREDELITEV CILJNIH KOMUNIKACIJSKIH KANALOV .....	Stran 4
4. ZBIRNI PREGLED (finančni po medijih). ....	Stran 5
5. SMS, LETAK PODPORA. ....	Stran 6
6. RADIJSKA PODPORA .....	Stran 7
7. TELEVIZIJSKA PODPORA .....	Stran 10

---

## IZHODIŠČA

Precepljenost populacije zagotavlja zaustavitev in nadzor na pandemijo Covid-19.

Po navedbah predstavnika Inštituta Jožef Stefan [TV Slo, Odmevi, 25. 2. 2021] to v Sloveniji pomeni min. 1 mio cepljenih oseb.

Glede na raziskave v Slo (NIJZ) in EU (Internet) lahko splošno populacijo glede odnosa do cepljenja razdelimo na 3 velike skupine:

- 55 % cepljenje podpira
- 25 % ima do cepljenja pretežno odklonilen odnos
- 20 % cepljenje odklanja

## OPREDELITEV CILJNIH SKUPIN

- za nagovor
- za doseg ciljnega segmenta

Po podatkih raziskave NIJZ o pandemski izčrpanosti [Februar 2021]:

- Je med vsemi anketiranimi, starimi med 18 do 74 let, skoraj 20 % takih ki se ne bodo cepili, še 13,7 % pa se zelo nagiba k necepljenju (moški: 15%, ženske 24%).
- Nasprotovanje cepljenju pada s **starostjo**. V starostni skupini od 18 do 29 let se ne bo cepilo 28 %, v starostni skupini 30 do 49 let 26 %, v starostni skupini 50 do 74 let 13% in v najstarejši obravnavani skupini tj. od 65 do 74 let je takih samo še 7 %.
- Nasprotovanje cepljenju pada z dvigom **izobrazbe**. Med anketiranci z osnovnošolsko izobrazbo ali manj se jih ne bo cepilo 24 %, med tistimi s srednješolsko izobrazbo skoraj 20 % in med tistimi z višješolsko, visokošolsko ali še višjo izobrazbo pa je takih 19%.
- Nasprotovanje cepljenju glede na **zaposlenost**: med zaposlenimi in samozaposlenimi se ne bo cepilo 23 %, med dijaki in študenti 20 %, med brezposelnimi 27 %, med upokojenci pričakovano le 8 %.
- Nasprotovanje cepljenju pada glede na **oddaljenost od urbanih središč**: med tistimi, ki živijo na podeželju, se ne bo cepilo 21 %, med tistimi iz primestnega okolja 18 %, v mestnem okolju pa je takih 19 %.
- Razlika med naklonjenostjo cepljenju glede na kohezijski regiji: v vzhodni Sloveniji se ne bo cepilo 22 %, v zahodni Sloveniji 17 %.
- Po nenaklonjenosti cepljenju s skoraj 25 % izstopajo Podravska, Zasavska in Primorsko-notranjska regija. Najmanjši odstotek tistih, ki se ne bodo cepili, je v Osrednjeslovenski regiji (15 %).
- Med zdravstvenimi delavci se ne bo cepilo 16 % anketirancev, medtem ko je med tistimi, ki niso zdravstveni delavci, nenaklonjenost cepljenju 20-odstotna.

- 
- Med kroničnimi bolniki se ne bo cepilo 11 %, na odločitev za cepljenje pa pomembno vpliva tudi, če posameznik živi z osebo, ki spada v tvegano skupino. V tem primeru je nenaklonjenost cepljenju 15 %, medtem ko se med posamezniki, ki ne živijo s tako osebo, ne bo cepilo 22 %.
  - Zanimiv je podatek, da je med tistimi, ki živijo z otroki, mlajšimi od 18 let, cepljenju nenaklonjenih dobrih 25 %, medtem ko je med tistimi, ki živijo brez otrok, takih le 17 %. Večjo nenaklonjenost cepljenju pričakovano izražajo tudi tisti, ki živijo sami.
  - Glede na **oceno osebne finančne situacije** se med tistimi, ki jo ocenjujejo boljšo kot prej, ne bo cepilo 15 %, med tistimi, ki jo ocenjujejo enako kot prej, je takih 18 %, med tistimi, ki jo ocenjujejo slabšo kot prej, pa kar 26 %.

Ciljni segment populacije za nagovor v tretji (zaključni) fazi projekta je:

- v mlajših / srednjih letih (28-45 let)
- ima nižjo izobrazbo (osnovna, srednja šola)
- ima nižje redne prihodke (ali je celo brez) in
- živi v pretežno ruralnem okolju.

---

## OPREDELITEV KANALOV ZA KOMUNIKACIJSKO PODPORO

Obstoječi dokument "Komunikacijska podpora Vladi RS pri doseganju precepljenosti prebivalstva proti virusu Covid-19" z dne 28. 2. 2021 je v dani situaciji in v negotovih razmerah predstavljal izhodišča za dejavnosti in smernice ukrepanja glede podpore na področju komunikacije v projektu precepljenosti Slovenije proti virusu Covid-19.

Situacija se je spreminjala praktično iz dneva v dan, priča pa smo bili predvsem:

- negativnim odzivom javnosti glede cepiva proizvajalca Astra Zeneca,
- težavam pri dobavah cepiva Astra Zeneca ter
- težavam pri zbiranju prijav na cepljenje, ki naj bi bile - po besedah nacionalnega koordinatorja cepljenja Jelka Kacina z dne 26. 4. 2021 -, posledica zadržanja uporabe podatkov zainteresiranih za cepljenje s strani Informacijske pooblaščenke (cca 140.000 prijav na cepljenje).

V mesecu Aprilu smo tako podprli napore cepilnih centrov z **radijsko kampanjo**.

Konec meseca Aprila smo bili v koordinaciji seznanjeni, da bo informacijski sistem prijav na cepljenje začel polno delovati praktično takoj po prvomajskih praznikih (začetek polnega delovanja na portalu zVem je bil 4. 5. 2021), dobave cepiv pa se bodo intenzivirale in bo, glede na projekcije dobav, cepiva kmalu dovolj za vse državljanje, ki bi se želeli cepiti.

Zaradi tega je prišlo na koordinaciji do dogovora o pospešitvi nagovarjanja prebivalstva k prijavam na cepljenje.

Z dnem 12. 5. 2021 smo tako začeli z drugo fazo projekta tj. s pritiskom na javnost s spodbujanjem k prednostim cepljenja, formalno pa je začetek pomenil dan začetka predvajanj TV reklam, ki so predvidene v obdobju 12.5. do 23.5.2021. V obdobju (12.5. - 31.5.2021) ti. druge faze je z namenom čim močnejše penetracije / ozaveščanja o cepljenju tako predvideno:

- **TV reklama:** Tv Slo, PlanetTV, Nova34, Tv3 in PopTv.
- **Letaki** z odgovori na 4 ključna vprašanja o cepljenju (primer letaka v prilogi). Zaradi ekonomskih razlogov (1/4 cene lastne produkcije in distribucije letakov) smo se odločili za sodelovanje s promocijsko izdajo novega tednika Domovina (dne 21.5.2021, dostava brezplačne izdaje 585.000 izvodov, predvidoma v vsako gospodinjstvo v Sloveniji).

- **SMS sporočilo** (dne: vsem državljanom (primer sporočila v prilogi), da naj se prijavijo za prijave pri svojem osebnem zdravniku, informacije v klicnem centru in seveda tudi na spletno stran CepimoSe.si. Zaradi splošne populacije in ev. slabše povprečne računalniške pismenosti je v ospredju poziv, da naj se ljudje obrnejo neposredno na svoje osebne zdravnike. V vsako gospodinjstvo: sodelovanje s promocijsko izdajo novega tednika Domovina (dostava brezplačne izdaje v 585.000 izvodov.
- Okrepljena promocija na **socialnih omrežjih** vlade, predvsem pa NIJZ, kot sledi:
  - Promocija FB profila NSDN - Cepimo Se, SLO, 18-60, 11.5.-18.5.2021,
  - Prijave na cepljenje proti covidu-19, SLO, 55-64, 12.5.-16.5.2021,
  - Prijave na cepljenje proti covidu-19, SLO, 18-60, 10.5.-16.5.2021,
  - Prijave na cepljenje proti covidu-19, Obalno-kraška regija, 18-60, 10.5.-16.5.2021,
  - Prijave na cepljenje proti covidu-19, Posavska regija, 18-60, 10.5.-16.5.2021,
  - Prijave na cepljenje proti covidu-19, Podravska regija, 18-60, 10.5.-16.5.2021,
  - Čas je, da se življenje vrne nazaj video MZ, SLO, 18-64, 12.5.-22.5.2021.

## ZBIRNI PREGLED

### Medij, Sredstva, Količina

Medijsko oglaševanje - promocija cepljenja (UKOM - april/maj 2021)			
	Trajanje oglaševanja	cena brez DDV v eur	št. objav
Radio Ognjišče	Od 5. 4. do 5. 5. 2021	2.371,50	150 objav
Murski Val	Od 23. 4. do 10. 5. 2021	630	75 (+23 brezplačnih objav)
Radio Prvi in Val 202	Od 6. 4. do 6. 5. 2021	2.508	72 (+ 20 brezplačnih objav)
Radio Maribor	Od 6. 4. do 6. 5. 2021	270	90 (+ 10 brezplačnih objav)
Radio Koper	Od 6. 4. do 6. 5. 2021	288	60 (+ 10 brezplačnih objav)
Oglasnik Domovina	izzid 20. 5. 2021	12.675	585.000 izvodov (celostranski oglas na zadnji strani)
Planet TV	Od 12. 5. do 23. 5. 2021	5.000	241 (+ 95 brezplačnih objav)
Pro TV	Od 12. 5. do 23. 5. 2021	3.000	505 (+ 267 brezplačnih objav)
RTV Slovenija	Od 12. 5. do 23. 5. 2021	7.980	56 (+ 15 brezplačnih objav)
Nova24TV	Od 12. 5. do 23. 5. 2021	5.000	536 (+ 24 brezplačnih objav)
POP TV (in KANALA)	29. 5. 2021 (finale Lige prvakov)	2.200	2 (+ 130 brezplačnih objav)
	<b>SKUPNO</b>	<b>41.922,50</b>	

SMS: Cepimo Se

Poslano: 13. 5. 2021

Vsem GSM naročnikom

Neposredno na telefon  
preko GSM operaterjev

Spustovani. Hvala vsem, ki ste se ze cepili in tako prispevali k zavezitvi sirjenja Covid-19. Ce se se niste cepili in ste starejsi od 18 let, se lahko za cepljenje prijavite na <https://zvem.ezdrav.si/cepljenje> . Nalezimo se dobrih navad - cepimo se. NIJZ

Letak: Cepimo Se

Poslano: 20. 5. 2021

585.000 izvodov

Zadnja stran promocijske  
izdaje novega tednika  
DOMOVINA

#CepimoSe

## STE SE ŽE CEPILI PROTI COVIDU-19?

### Zakaj je pomembno, da se cepimo?

S cepljenjem zaščitimo sebe in svoje bližnje. Cepljenje nas bo zaščitilo pred težjim potekom bolezni. Z dovolj veliko precepljenostjo bomo dosegli kolektivno zaščito. To pomeni posredno zaščito, ki nastane, kadar je velik delež prebivalstva zaščiten pred okužbo, s tem pa so pred okužbo bolj varni tudi neimuni posamezniki. Bolezen se namreč v populaciji zaradi večjega dela zaščitenih posameznikov ne more več tako učinkovito prenašati, ker se verige prenosov okužbe prekinajo oziroma omejujejo. Dosežemo jo lahko s cepljenjem.

### Kaj lahko pričakujemo po cepljenju?

Tako kot pri drugih cepivih in zdravilih se tudi po cepljenju proti covidu-19 lahko pojavijo neželeni učinki, ki pa so običajno blagi do zmerni in prehodni. Najpogosteje so poročali o naslednjih neželenih učinkih: bolečina, oteklina in/ali rdečina na mestu cepljenja, utrujenost, glavobol, bolečine v mišicah in sklepih, mrzlica, povišana telesna temperatura, slabost, bruhanje, oteklost bezgavk, ki pa so izzveneli v nekaj dneh po cepljenju. Te reakcije so pričakovane in kažejo, da se je naš imunski sistem odzval na cepljenje.

### Kako vemo, da so cepiva varna?

Cepiva so varna in preverjena. Dovoljenje za promet izda Evropska agencija za zdravila (EMA), ki skrbno preveri vse podatke o kakovosti, varnosti in učinkovitosti cepiva, ki podpirajo uradno dovoljenje za promet. Čeprav ima cepivo dovoljenje za promet, EMA še naprej zbira in analizira podatke o varnosti in učinkovitosti tega cepiva zaradi varnosti ljudi v EU, ki bodo cepivo prejeli.

### Kje se lahko prijavimo na cepljenje?

Na spletni strani: [www.cepimose.si](http://www.cepimose.si).  
Za pomoč se lahko obrnemo tudi na brezplačno telefonsko številko **080 14 04** ali pokličemo svojega osebnega zdravnika.

### Informacije o cepljenju pridobivajmo iz zanesljivih virov. Obiščite [www.cepimose.si](http://www.cepimose.si).

NIJZ  Nacionalni inštitut za javno zdravje

Republika Slovenija

EVROPSKA UNIJA  Evropski sklad za regionalni razvoj

REPUBLIKA SLOVENIJA  MINISTRSTVO ZA ZDRAVJE

**NALEZIMO SE DOBRIH NAVAD**  
CEPIMO SE

Nalezilno sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada v okviru odziva Unije na pandemijo COVID-19

---

# RADIJSKA PODPORA

## IZHODIŠČA

Vlada je 1. 4. 2021 sprejela četrto verzijo nacionalne strategije cepljenja proti COVID-19, ki zaradi širjenja novih oblik koronavirusa SARS-CoV-2 spreminja prednostne skupine za cepljenje, in sicer s 1. aprilom:

- zdravstveni delavci in sodelavci (vključuje vse zaposlene pri izvajalcih zdravstvene dejavnosti in vse, ki sodelujejo v delovnem procesu zdravljenja in nege pacientov in prihajajo s pacienti v neposreden stik) ter zaposleni in oskrbovanci v DSO in SVZ;
- osebe stare 70 let in več, posebej ranljivi kronični bolniki ne glede na starost; zaposleni v vzgoji in izobraževanju, ki prihajajo v neposreden stik z otroki, učenci, dijaki in študenti, diplomati in drugi uslužbenci MZZ in drugih ministrstev, ki potujejo zaradi predsedovanja EU, tuji diplomatski predstavniki v RS, pripadniki Slovenske vojske, ki odhajajo na mirovne misije na tuje, udeleženci Olimpijskih iger;
- osebe, stare 60 let in več, kronični bolniki, stari od 18 do 64 let (ki ne sodijo v skupino posebej ranljivih kroničnih bolnikov);
- poslanci DZ in državni svetniki DS (in del strokovnih služb), Vlada in zaposleni na ministrstvih, ki izvajajo naloge, nujne za nemoteno delovanje Vlade, Predsednik RS in Urad Predsednika republike, župani in direktorji občinskih uprav, Ustavno sodišče in zaposleni v sodstvu, ki izvajajo naloge, nujne za delovanje pravosodnega sistema, zaposleni v Upravi RS za zaščito in reševanje ter policiji in slovenski vojski;
- zaposleni v sektorjih energetike, prometa, prehrane, farmacevtske industrije in farmacevtske veletrgovske dejavnosti, preskrbe s pitno vodo, financ, varovanja okolja ter informacijsko-komunikacijskih omrežij in sistemov ter drugi zaposleni, ki izvajajo naloge, nujne za nemoteno delovanje države, zaposleni in prostovoljci v organizacijah in združenjih, ki nudijo neposredno pomoč kroničnim bolnikom, odvisnim od drog, in drugim ranljivim skupinam in
- ostalo prebivalstvo po vrstnem redu prijav.



---

## OPREDELITEV CILJA

Nacionalni strategiji cepljenja smo zato prilagodili tudi komuniciranje v projektu podpore naporom Vlade RS za precepljenost prebivalstva oz. promocijo prednosti cepljenja, zato smo se odločili:

- za intenziviranje apela prebivalcem, ki najbolj potrebujejo cepivo v fazi, ko cepiv še ni dovolj za vse, torej populaciji nad 60 let, da se prijavijo za cepljenje in se cepljenja tudi udeležijo,
- to populacijo bomo nagovarjali predvsem prek medija - radio -, ki mu prebivalci v času epidemije najbolj zaupajo, ko ljudje potrebujejo kakovostno, tehtno in kredibilno informacijo, hkrati pa je radio za starejšo populacijo glavni vir novic.

## POTEK IZBORA IN IZVEDBE

Glede na cilj radijske kampanje, podatke o dosegu ter o ciljni populaciji (starostna omejitev), ki je sledila IV. Verziji nacionalne strategije cepljenja smo se odločili in konec meseca marca 2021 povpraševanje poslali Radiu Slovenia (+Mb in Kp) ter Radiu Ognjišče kot nacionalnima radijskima postajama.

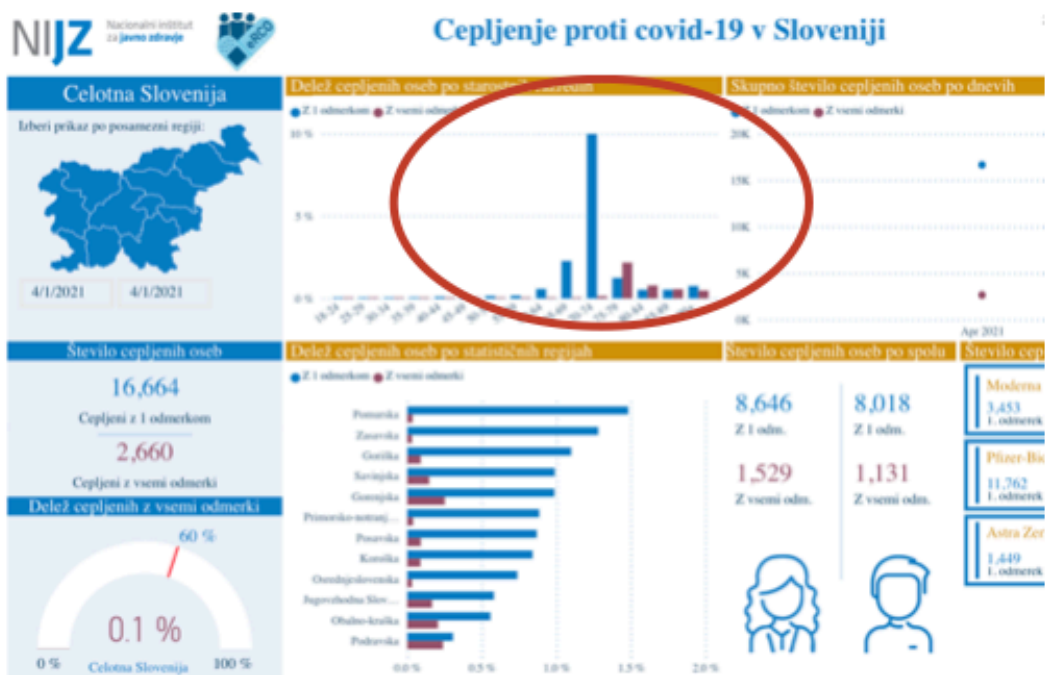
Glede na podatke o precepljenosti po statističnih regijah v starostni skupini nad 50 let smo se naknadno odločili še za medijsko podporo cepljenju na radiu Murski val.

## ZAKLJUČEK

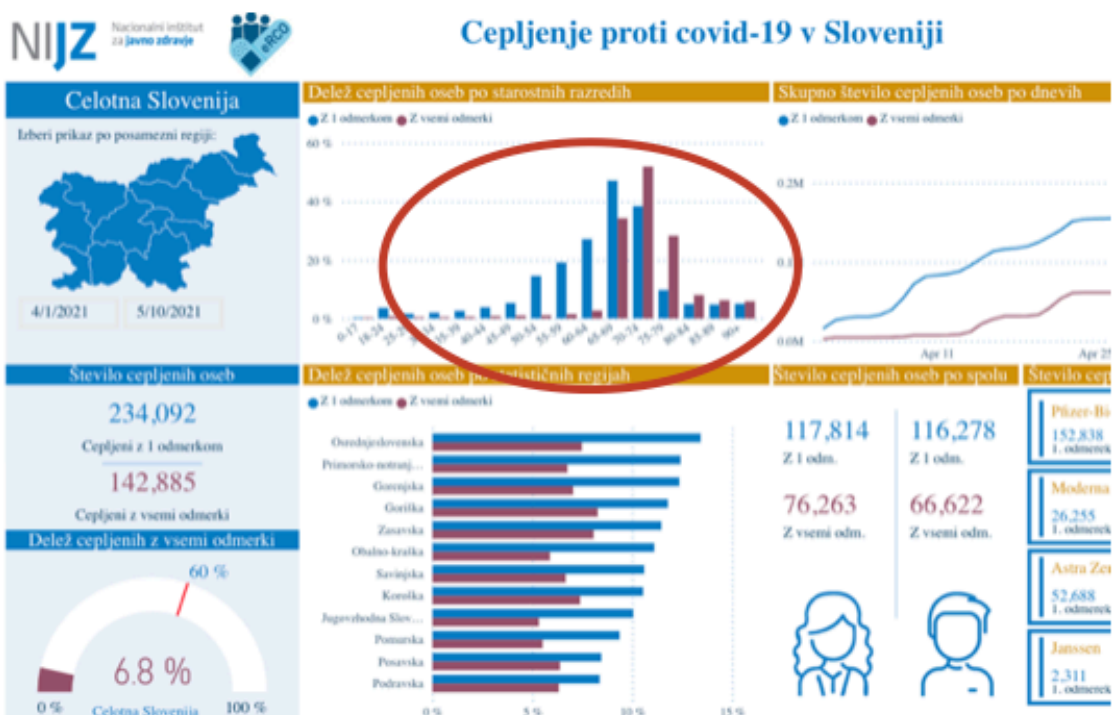
Kampanja je učinkovito nagovarjala in spodbujala posamezne starostne kategorije prebivalstva, da so se udeležili cepljenja, kar kažejo tudi podatki o precepljenosti starejših nad 50 let.

## PRIMERJAVA PRECEPLJENOSTI PO STAROSTNIH SKUPINAH 1. 4. - 10. 5. 2021

STANJE: 1. 4. 2021



STANJE: 10. 5. 2021



---

## TELEVIZIJSKA PODPORA

### IZHODIŠČA

V sklopu dejavnosti podpore komuniciranju projekta precepljenosti in skladno z opredelitvijo faz v poročilu z dne 28. 2. 2021 (ter dopolnitvijo tega poročila z dne 1. 6. 2021) je bila v drugi fazi opcija tudi podpora s TV objavo.

TV kampanjo smo izvedli v obdobju 12. maj do 23. maj 2021, z dodatkom objav 29.5.2021 med nogometnim finalom UEFA (PopTV)

TV kampanjo smo izvedli v obdobju 12. maj do 23. maj 2021, z dodatkom objav 29.5.2021 med nogometnim finalom UEFA (PopTV)

Glede na:

- visoko količino dnevnega poročanja o samem poteku cepljenja na tiskovnih konferencah, ki se prenašajo v živo in nato povzemajo v dnevnih in večernih poročilih,
- okrepljeno poročanje o delujočem sistemu naročanja na cepljenje ter zadostni količini cepiv,
- druge predvidene kanale komunikacije,
- omejitev razpoložljivih sredstev na 23.000 eur,
- pripravljeni oglas, ki nagovarja vse starostne in interesne skupine
- glede na nacionalni načrt cepljenja, ki se tesno navezuje na starostne skupine (v času odločanja smo cepili starostno skupino 60+),

### OPREDELITEV CILJA

smo opredelili osrednji cilj vključitve TV kampanje kot:

- dvig zavedanja prebivalstva, da je napočil čas za odločitev za cepljenje
- izpeljava TV kampanje na stroškovno racionalen način glede na razpoložljiva sredstva.

---

## POTEK IZBORA IN IZVEDBE

Glede na cilj TV kampanje smo dne 26. 4. 2021 TV postajam z nacionalnim pokritjem poslali povpraševanje s sledečimi zahtevami:

1. Ciljna starostna skupina: 40 - 60 let
2. Izhodiščna penetracija: 120 grp
3. Trajanje: 12. 5. - 23. 5. 2021 z dodatkom objav 29.5.2021 med nogometnim finalom UEFA (PopTV)

Povpraševanje je bilo poslano na TV Slovenija, ProPlus (popTV in Kanal A), Planet TV, TV3 in Nova24 TV.

Preliminarna vrednost prejetih neobvezujočih ponudb je bila:

- Vrednost: 52.400 eur (2.215 oglasov, 20 sek spot)
- Povprečna vrednost na enoto časa objav: 1,18 eur / sek

Glede na preseganje dogovorjenih zmožnosti smo pristopili k individualnim pogajanjem in dosegli sledeče:

- Skupaj: 1871 objav, od tega:
  - 1340 plačanih objav (mešano 30 in 15 sek spotov)
  - 531 brezplačnih objav
  - povprečna vrednost objav: 0,34 eur / sek

## ZAKLJUČKI

TV podpora je dosegla zastavljena cilja, zavedanje prebivalstva o tem, da je čas za cepljenje in stroškovno učinkovita izpeljava kampanje.

Neposredni vpliv izvedene TV podpore (glede na finančni obseg) je težko kvantificirati samostojno (kljub grp 200+). Je pa indikativno, da podatki spremljanja sentimenta prebivalstva glede epidemije, ki jih je javno objavila agencija Valicon, kažejo odzivanje in pozitiven trend. Ker je cepljenje trenutno osrednji pristop k izhodu iz nastale Covid-19 situacije lahko sklepamo, da ima celovita komunikacijska podpora projektu cepljenja (katere del je tudi TV podpora) neposreden vpliv na spremembo sentimenta v pozitivno smer in s tem posledično tudi višjo odzivnost na pozive k cepljenju.

(Vir: <https://www.valicon.net/sl/novanormalnost/>, zajem ekrana 2.6.2021

### Ključni indikatorji spremljanja odziva javnosti na epidemijo ZASKRBLJENOST IN OCENA UKREPOV ZA ZAJEZITEV ŠIRJENJA

30. 4. – 2. 5. 14. – 16. 5.

„Zelo ali dokaj“ zaskrbljeni glede širjenja koronavirusa v Sloveniji.

67%

57%



Puščica označuje statistično značilno spremembo.

Stvari gredo „na bolje ali precej na bolje“.

78%

88%



Ukrepi so „preveč strogi“.

57%

51%

Vladi „bolj ali popolnoma zaupajo“ pri ukrepanju v zvezi s širjenjem virusa.

20%

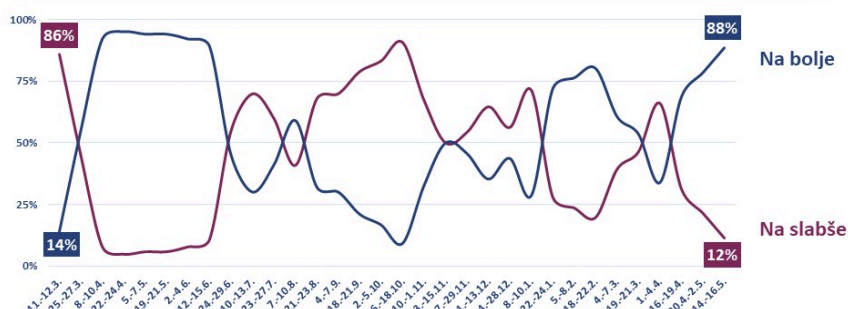
27%



VALICON

Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 14.-16.5.2021. Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=514. Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

### „Menite, da gredo stvari v zvezi s širjenjem koronavirusa v Sloveniji na bolje ali na slabše?“



VALICON

Raziskava #Novanormalnost spremlja odziv javnosti na ukrepe in življenje v epidemiji. Izvedba: 14.-16.5.2021. Spletno anketiranje v okviru spletnega panela Jazvem.si, reprezentativni vzorec, 18 – 75 let, n=514. Raziskave ne financira nobeno podjetje, posameznik ali organizacija in je javno dostopna.

---

TV SPOT  
- 15" in 30"



(Posnetek ekrana TV reklame #CepimoSe)

-----