



**OGÓLNOPOLSKA SPOŁECZNA
KAMPANIA EDUKACYJNA PARPA
„Sprawdź, czy Twoje picie jest
bezpieczne”**

Założenia i cele kampanii:



- Głównym celem jest **ograniczenie liczby osób pijących ryzykownie i szkodliwie** oraz przekazanie wiedzy na temat szkód zdrowotnych i społecznych, jakie wiążą się z piciem alkoholu.
- Kampania rusza **w kwietniu 2009 roku!**
- **Elementami kampanii** będą: edukacja w zakresie przeliczania ilości wypijanego alkoholu na czas potrzebny do wytrzeźwienia oraz **promocja Testu Rozpoznawania Zaburzeń Związanych ze Spożywaniem Alkoholu AUDIT- jako narzędzia przydatnego do sprawdzenia aktualnego modelu picia.**
- **Patronatem honorowym** objęto kampanię **Biuro Światowej Organizacji Zdrowia (WHO)** w Polsce. **Osobistego wsparcia** udzielił jej **Wiceminister Zdrowia** dr n. med. Adam Fronczak. **Partnerem przedsięwzięcia** jest **Kolegium Lekarzy Rodzinnych**. **Postaramy się o poparcie** innych partnerów instytucjonalnych i mediów.
- **Zapraszamy do współpracy samorządy lokalne z całej Polski!** Wiemy, że promowanie postaw prozdrowotnych – w tym **rozważnego sięgania po alkohol** – znajduje się **wśród priorytetów działań lokalnych**. Wspólnie z samorządami chcielibyśmy uruchomić proces zmiany postaw wobec alkoholu i zaszczepić w konsumentach napojów alkoholowych potrzebę świadomego i ostrożnego ich spożywania.

Adresaci i realizatorzy:



- Kampanię adresujemy **do dorosłych konsumentów napojów alkoholowych.**
- W kampanii będziemy mówić **do każdego, kto pije alkohol, także do osób pijących niewiele.** Każda bowiem sytuacja, związana ze spożywaniem alkoholu, może mieć negatywne skutki.
- Kampania będzie adresowana także **do osób, które w ogóle nie powinny pić alkoholu.** Przygotujemy specjalne materiały informacyjne i edukacyjne oraz portal internetowy dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjów. Nie zapomnimy o materiałach dla kierowców oraz kobiet w ciąży.
- **Realizatorami kampanii są samorządy lokalne,** którym dostarczymy instrumentów do samodzielnego organizowania inicjatyw promujących kampanię i jej przekaz. Tym samorządom, które zgłoszą udział w kampanii krok po kroku wyjaśnimy, co można zrobić, aby nasz projekt stał się widocznym i ważnym przedsięwzięciem w gminie i regionie.

Co chcemy przekazać?



- ◆ Wytłumaczymy konsumentom alkoholu, **co to znaczy pić nadmiernie** (przeliczmy to na kufle piwa, lampki wina czy kieliszki wódki).
- ◆ Zachęcimy do **oceny własnego modelu picia** i ostrzeżemy przed zagrożeniami, jakie mogą się pojawić w związku z piciem.
- ◆ Uświadomimy, że **picie nadmierne lub w niewłaściwych sytuacjach**, może powodować szkody zdrowotne i społeczne.
- ◆ Zależy nam na tym, **aby zmniejszała się liczba osób pijących alkohol w sposób ryzykowny i szkodliwy** i aby było coraz mniej szkód, wynikających z takiego sposobu picia alkoholu.
- ◆ Zachęcimy również pijących alkohol dorosłych Polaków do odpowiedzi na pytanie: **„Czy moje picie jest bezpieczne?”**

Narzędzia kampanii:



- Zainteresowane gminy otrzymają od PARPA **BEZPŁATNY PAKIET** materiałów edukacyjnych kampanii
- Możliwy będzie także **zakup powiększonych pakietów** materiałów edukacyjnych, przygotowanych przez WYDAWNICTWO PARPAMEDIA
- Specjalnie dla UCZNIÓW SZKÓŁ PODSTAWOWYCH I GIMNAZJÓW stworzymy **profilaktyczną stronę internetową**; W PAKIECIE MATERIAŁÓW EDUKACYJNYCH WYDAWNICTWA PARPAMEDIA znajdą się publikacje przygotowane z myślą o najmłodszych odbiorcach
- Powstaną **spoty telewizyjne i radiowe, billboardy, plakaty, banery** internetowe oraz gadżety z hasłami kampanii
- Zachęcimy do organizacji **szkoleń, debat, konferencji** i seminariów; samorządom lokalnym zapewnimy ich scenariusze
- Stworzymy **sieć edukatorów** kampanii – osób przygotowanych do prowadzenia debat i szkoleń
- O wszystkim będziemy informować na **stronie internetowej** kampanii!

Dlaczego kampania jest potrzebna?



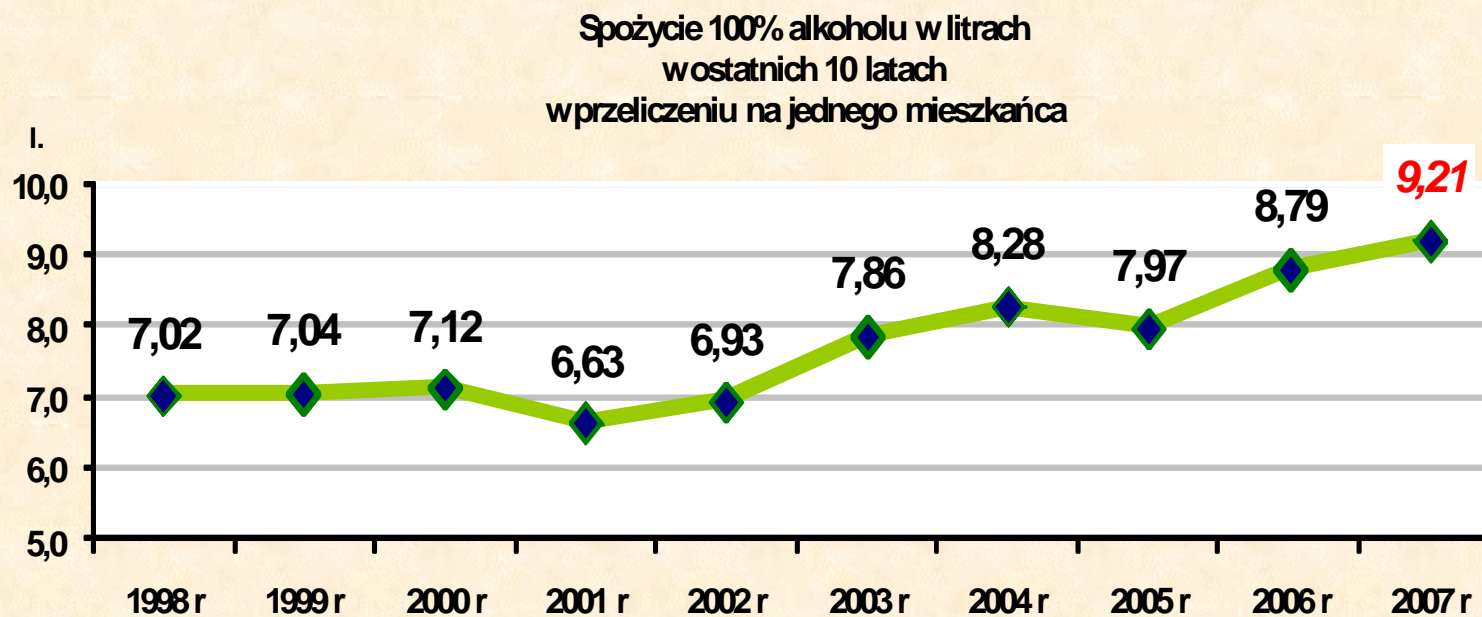
Z badań światowych wynika, że:

- ◆ **alkohol jest trzecim czynnikiem powodującym choroby i zgony ludzi na świecie (po nadciśnieniu tętniczym i nikotynie), a region europejski jest największym producentem i konsumentem napojów alkoholowych (wg danych WHO)**
- ◆ **alkohol może być przyczyną ponad 60 chorób**
- ◆ **55 tysięcy młodych Europejczyków rocznie traci życie na skutek szkodliwego lub ryzykownego używania alkoholu; jedna z czterech śmierci w Europie w grupie wiekowej 15-29 jest spowodowana alkoholem**
- ◆ **wymierne koszty, związane z używaniem i nadużywaniem alkoholu, które ponosi rocznie Unia Europejska, w roku 2003 zostały oszacowane na 125 miliardów Euro (raport P. Andersona i B. Baumberga: „Alkohol w Europie”, wydawnictwo PARPAMEDIA 2007)**

A w Polsce...



- ◆ spożycie 100% alkoholu na jednego mieszkańca wzrosło w ostatnich 10 latach o 2,2 litra z 7,02l w 1998 roku do 9,21l w 2007 roku (na podstawie danych GUS):

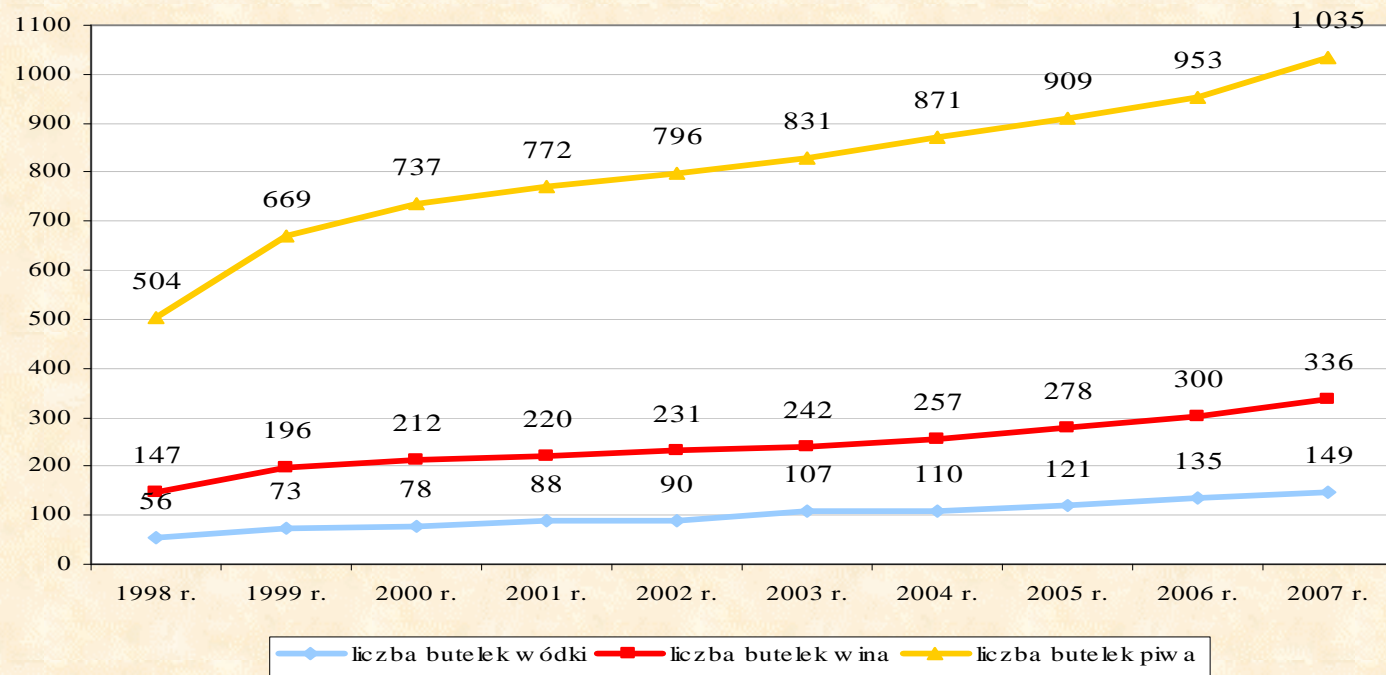


Nie tylko pijemy więcej, ale...



- ◆ rośnie dostępność ekonomiczna alkoholu; obecnie, w porównaniu z 1998 rokiem, za średnie miesięczne wynagrodzenie można kupić trzykrotnie więcej butelek wódki oraz wina i dwukrotnie więcej butelek piwa

Liczba butelek wódki, wina lub piwa, którą można kupić za średnie miesięczne wynagrodzenie



Myślimy stereotypowo...



- ◆ uzyskane w badaniu CBOS w czerwcu 2008 roku wyniki, potwierdzają funkcjonowanie w powszechnej świadomości **stereotypu, że piwo jest najmniej szkodliwym napojem alkoholowym**, wino jest nieco bardziej niebezpiecznym napojem niż piwo, a wódka jest najbardziej niebezpieczna. Ta sama ilość czystego alkoholu wypijana pod różnymi postaciami (piwa, wina i wódki), budzi najmniejszy niepokój, gdy jest podawana w piwie, nieco większy, gdy jest podawana w winie, a największy, gdy jest podawana w wódce
- ◆ tymczasem **piwo, wino i wódka zawierają ten sam alkohol etylowy, tylko w różnych stężeniach:**

Piwo, wino, wódka zawierają ten sam alkohol etylowy, tylko w różnych stężeniach.



szklanka 250ml
5% piwa

=



lampka 100ml
12% wina

=



kieliszek 30ml
40% wódki

= ok. 10g czystego alkoholu etylowego
(tzw. porcja standardowa)

Sprawdź, czy Twoje picie jest bezpieczne!

Co proponujemy samorządom przystępującym do kampanii?



- udział w spotkaniu inaugurującym kampanię (spotkanie będzie miało charakter szkoleniowy)
- prowadzenie edukacji publicznej z wykorzystaniem materiałów edukacyjnych (pakiety)
- przewodnik do realizacji działań w ramach kampanii, wraz z załącznikami w postaci scenariuszy i listy edukatorów oraz opisem, w jaki sposób można wykorzystać materiały edukacyjne
- osoba wskazana w zgłoszeniu (formularze będą wysyłane do gmin), jako odpowiedzialna za koordynowanie działań kampanijnych zostanie mianowana **Ambasadorem Kampanii** i otrzyma od Agencji stosowny dokument

Pakiet bezpłatny:



KAŻDA GMINA, KTÓRA ZGŁOSI SIĘ DO KAMPANII, OTRZYMA BEZPŁATNIE PAKIET EDUKACYJNY (Agencja pokrywa koszty pakietu wraz z przesyłką)!

ZAWARTOŚĆ BEZPŁATNEGO PAKIETU EDUKACYJNEGO

- Książka „Profilaktyka na co dzień - alkohol w życiu nastolatków” Aleksandry Karasowskiej – 15 sztuk
- Broszura „Rozpoznawanie problemów alkoholowych i krótka interwencja” w opracowaniu Jagody Fudały (PARPA) - 20 sztuk
- Ulotka „Pomarańczowa Linia” – w formacie A4, 150 sztuk
- Ulotka edukacyjna „Sprawdź czy Twoje picie jest bezpieczne” – w formacie A4, sztuk 250
- Przewodnik do realizacji kampanii w samorządzie gminnym (a w nim, m.in. scenariusze debat, szkoleń, wywiadówek, listy edukatorów oraz zasady udziału w konkursie na przedsięwzięcie profilaktyczne)
- Spot telewizyjny i radiowy

RAZEM - 438 sztuk materiałów edukacyjnych

Gminy miejskie i miejsko-wiejskie, w celu lepszego zaspokojenia potrzeb nauczycieli i lekarzy z ich terenu, otrzymają w ramach bezpłatnego pakietu, powiększoną liczbę publikacji książkowych i broszur.

Pakiet płatny:



KAŻDA GMINA UCZESTNICZĄCA W KAMPANII MOŻE KUPIĆ OD WYDAWNICTWA PARPAMEDIA PAKIET DODATKOWY!

ZAWARTOŚĆ PAKIETU DODATKOWEGO:

- „Sprawdź, czy Twoje picie jest bezpieczne” – broszura, 16 stron w formacie 15*15 cm, 50 sztuk
- „Sprawdź, czy Twoje picie jest bezpieczne” – ulotka w formacie A4, 500 sztuk
- „Zdrowie i alkohol” – ulotka w formacie A4, 250 sztuk
- „Kobiety i alkohol” – broszura, 12 stron w formacie 15*15 cm, 50 sztuk
- „Rodzina z problemem alkoholowym” – broszura, 8 stron w formacie 15*15 cm, 100 sztuk
- „Dzieci w rodzinie z problemem alkoholowym” – broszura, 8 stron w formacie 15*15 cm, 100 sztuk
- „Czy sprzedawać alkohol nieletnim” – broszura, 12 stron w formacie 15*15 cm, 50 sztuk
- „Kierowca i alkohol” – broszura, 16 stron w formacie 15*15 cm, 50 sztuk
- „Kierowca i alkohol” – ulotka w formacie A4, 250 sztuk
- Ulotka dla uczniów szkół podstawowych – w formacie A4, 250 sztuk
- Ulotka dla uczniów szkół gimnazjalnych – w formacie A4, 250 sztuk
- „Nasze dzieci i alkohol” – broszura, 16 stron w formacie 15*15 cm, 100 sztuk
- „Podstawowe zasady dobrego komunikowania się z dziećmi” – dla rodziców, format zeszytowy, 100 sztuk
- „Podstawowe zasady dobrego komunikowania się z uczniami” – dla nauczycieli, format zeszytowy, 30 sztuk
- „Zasady dobrego komunikowania się” – ulotka dla młodzieży w formacie 1/3 A4, 250 sztuk
- Ulotka promująca stronę www dla młodzieży – w formacie 2/3 A4, 250 sztuk
- „Co Ty wiesz o alkoholu” – plakat w formacie A1, 20 sztuk
- Plakat dla szkół – w formacie A2, 40 sztuk

RAZEM – 2690 sztuk materiałów edukacyjnych

CENA PAKIETU DODATKOWEGO – 800 ZŁ + VAT (976 ZŁ BRUTTO)

GMINY MOGĄ ZAMÓWIĆ WIELOKROTNOŚĆ PAKIETU DODATKOWEGO, np. 2 lub 3 PAKIETY.

Każda gmina obecna w kampanii:



- ◆ otrzyma na płycie **DVD spot telewizyjny i radiowy** oraz wzory informacji prasowych,
- ◆ otrzyma scenariusz umożliwiający przeprowadzenie lokalnej debaty, wraz z listą kontaktową przeszkolonych przez PARPA **edukatorów**, których będzie można zaprosić do współpracy
- ◆ będzie miała możliwość udziału **w szkoleniach dla personelu podstawowej opieki zdrowotnej** (PARPA udostępni procedurę szkolenia oraz listę osób przygotowanych do realizacji tych szkoleń),
- ◆ będzie mogła podjąć **działania edukacyjne skierowane do rodziców**, na podstawie opracowanego scenariusza wywiadówki
- ◆ otrzyma propozycję realizacji **zajęć profilaktycznych** w szkołach oraz udziału w konkursie na przedsięwzięcie profilaktyczne, przygotowane i zrealizowane przez młodzież
- ◆ dostanie instrumenty do uruchomienia działań edukacyjnych dla **sprzedawców alkoholu** (Agencja udostępni listę instruktorów przygotowanych do realizacji szkoleń dla sprzedawców)
- ◆ będzie mogła promować swoje działania na **stronie internetowej**, utworzonej dla celów kampanii
- ◆ będzie mogła wykorzystać **stronę internetową dla młodzieży** oraz promować ją w szkołach
- ◆ otrzyma prawo wykorzystania linii graficznej kampanii do produkcji **billboardów z własnym herbem** lub logo
- ◆ zostanie zaproszona do udziału w **spotkaniu podsumowującym** kampanię
- ◆ otrzyma **dyplom** wraz z podziękowaniami od organizatorów kampanii

Harmonogram:



- **w listopadzie 2008** gminy wysłany został folder informacyjny oraz formularz zgłoszenia do kampanii
- formularz zgłoszenia należy **do końca lutego 2009** wysłać na adres PARPA
- **do 31 marca 2009** roku do każdej gminy, która zgłosi swój udział w kampanii, wysłany zostanie bezpłatny pakiet materiałów edukacyjnych
- **do 31 marca 2009** roku do gmin, które złożą stosowane zamówienia, wysłane zostaną dodatkowe płatne pakiety edukacyjne (w ramach zakupu od Wydawnictwa PARPAMEDIA) wraz z fakturą
- **do 31 stycznia 2010** roku samorządy otrzymają kwestionariusz sprawozdania z realizacji działań podjętych w ramach kampanii
- **w pierwszym kwartale 2010** roku planujemy spotkanie podsumowujące kampanię oraz wyróżnienie gmin szczególnie aktywnych



Centrum Informacji o kampanii:

Telefony: (+48 22) 532 03 04

(+48 22) 532 03 29

Fax: (+48 22) 836-81-66

e-mail: kampania@parpa.pl