Sprawdź czy Twoje picie JEST BEZPIECZNE

OGÓLNOPOLSKA SPOŁECZNA KAMPANIA EDUKACYJNA PARPA

Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych

przygotowuje ogólnopolską kampanię edukacyjną, której celem będzie **ograniczenie liczby osób pijących ryzykownie i szkodliwie** oraz przekazanie wiedzy na temat szkód zdrowotnych i społecznych, jakie wiążą się z piciem alkoholu.

Wiemy, że promowanie postaw prozdrowotnych – w tym rozważnego sięgania po alkohol – znajduje się wśród priorytetów działań lokalnych. Wspólnie z Państwem, w 2009 roku, **chcielibyśmy uruchomić proces zmiany postaw wobec alkoholu** i zaszczepić w konsumentach napojów alkoholowych potrzebę świadomego i ostrożnego ich spożywania.

Zapraszamy do współpracy samorządy lokalne z całej Polski!

PARPA

Eksperci nie mają żadnych wątpliwości, że szkodliwe i niebezpieczne spożywanie alkoholu jest jednym z głównym czynników ryzyka dla zdrowia, odpowiedzialnym za dziesiątki chorób, których można byłoby uniknąć.
Dlatego warto, aby dorośli ludzie wiedzieli, kiedy picie może być ryzykowne i jakie są granice tego ryzyka. Praktyczne zastosowanie tej wiedzy może znacząco zredukować szkody zdrowotne, na które narażony może być każdy nadużywający alkoholu.

Jako lekarz i jednocześnie Wiceminister Zdrowia zachęcam Państwa do aktywnego włączenia się w tę kampanię. Mam nadzieję, że będzie ona kolejnym przykładem efektywnej i szerokiej współpracy między resortem zdrowia a organami samorządu terytorialnego.

Z nadzieją na Państwa zaangażowanie

dr n. med. Adam Fronczak
Podsekretarz Stanu w Ministerstwie Zdrowia

eksperci

zachęcają do udziału w kampanii

Dziś już nikt nie ma wątpliwości, że wszelkie zmiany w postawach i zachowaniach społecznych mogą dokonać się tylko wtedy, kiedy będą wspierane działaniami prowadzonymi w społecznościach lokalnych. To właśnie w środowiskach lokalnych znajdują się największe zasoby zarówno finansowe jaki i instytucjonalne przygotowane do zajmowania się problemami związanymi z alkoholem. Liczę na to, że ta kampania – podobnie jak poprzednie realizowane we współpracy z samorządami – odniesie sukces i co najważniejsze przyczyni się do zmiany wzorów picia alkoholu. Serdecznie zapraszam!

Katarzyna Łukowska
Zastępca Dyrektora PARPA

Picie alkoholu jest zawsze obarczone konsekwencjami zdrowotnymi i społecznymi. Wynikają one z upijania się, uzależnienia i innych skutków biologicznych dla organizmu. Dotykają same osoby pijące i ich bliskich, w tym także jeszcze nienarodzone dzieci, kobiety ciężarne. Alkohol jest także czynnikiem ryzyka, którego możemy świadomie unikać. Światowa Organizacja Zdrowia od lat monitoruje stan problemów alkoholowych na świecie i popiera działania edukacyjne i prewencyjne podejmowane w tym obszarze.

Paulina Miśkiewicz
Dyrektor Biura WHO w Polsce

Lekarze rodzinni w codziennej praktyce spotykają się z pacjentami, którzy piją alkohol w sposób nadmierny i nieodpowiedzialny. Ludzie niewiele wiedzą o zdrowotnych skutkach działania alkoholu. Dlatego bardzo potrzebne są inicjatywy edukacyjne, podejmowane przez odpowiednie instytucje i władze samorządowe. Kolegium Lekarzy Rodzinnych w Polsce, organizacja skupiająca największą liczbę lekarzy rodzinnych w kraju, zdecydowanie popiera kampanię PARPA.

dr n. med. Artur Mierzecki
Kolegium Lekarzy Rodzinnych

Kampanię adresujemy do dorosłych konsumentów napojów alkoholowych.

Chcemy w niej zachęcić do oceny własnego modelu picia i ostrzec przed zagrożeniami, jakie mogą się pojawić w związku z piciem. W kampanii będziemy mówić do każdego, kto pije alkohol, także do osób pijących niewiele. Każda sytuacja, związana ze spożywaniem alkoholu, może mieć bowiem negatywne skutki. Wytłumaczymy także, co to znaczy pić nadmiernie (przeliczymy to na kufle piwa, lampki wina czy kieliszki wódki). Uświadomimy, że picie nadmierne lub w niewłaściwych sytuacjach, może powodować szkody zdrowotne i społeczne. Chcemy sprawić, by zmniejszała się liczba osób pijących alkohol w sposób ryzykowny i szkodliwy oraz 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?

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.

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 także o materiałach dla kierowców oraz kobiet w ciąży.

Patronatem honorowym objęło kampanię Biuro Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) w Polsce.

Osobistego wsparcia udzielił naszym działaniom również Wiceminister Zdrowia dr n. med. Adam Fronczak. Partnerem przedsięwzięcia jest Kolegium Lekarzy Rodzinnych. Postaramy się również o poparcie znaczących partnerów instytucjonalnych. Zachęcimy do współdziałania media ogólnopolskie i regionalne.

Państwa gminy nie może zabraknąć wśród uczestników tej niezwykle ważnej inicjatywy! Już dziś zapraszamy do nadsyłania zgłoszeń o przystąpieniu do kampanii.

od kiedy do kiedy?

Kampanię rozpoczynamy w kwietniu 2009 roku i do jego końca planujemy wiele wydarzeń ogólnopolskich i regionalnych.

Dostarczymy samorządom lokalnym instrumentów do samodzielnego organizowania inicjatyw promujących kampanię i jej przekaz.

Krok po kroku wyjaśnimy, co można zrobić, aby nasz projekt stał się widocznym i ważnym przedsięwzięciem w Państwa gminie i regionie.

UWAGA! Do końca lutego 2009 będziemy przyjmować zgłoszenia samorządów lokalnych do udziału w kampanii.

To będzie bardzo bogata w narzędzia kampania

- 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.
- Przygotujemy **szkolenia, debaty, konferencje i seminaria**; samorządom lokalnym zapewnimy ich scenariusze.
- Stworzymy **sieć edukatorów** kampanii – osób przygotowanych do prowadzenia debat i szkoleń.
- O wszystkim będziemy informować na **stronie internetowej kampanii!**

eksperci

zachęcają do udziału w kampanii

Kampania jest długo oczekiwaną, bardzo cenną inicjatywą. Można powiedzieć, że temat był „brakującym ogniwem" w działaniach profilaktycznych gmin. Cel i profil kampanii jest odpowiedzią na obszar trochę zaniedbany dotychczas, jednak niezwykle ważny dla całości rozwiązań systemowych. Jestem przekonana, że kampania będzie inspiracją oraz wspaniałym narzędziem, danym gminom. Na pewno ułatwi i wzmocni nasze działania!

Agnieszka Czerkawska-Kopiel
Koordynator Gminnego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, Lublin

Od wielu lat realizowane są kampanie społeczne adresowane do konkretnych odbiorców – np. młodzieży, kierowców czy kobiet w ciąży. Wreszcie przyszedł czas, aby zorganizować akcję skierowaną do wszystkich dorosłych konsumentów alkoholu. Kampanię, która uczy jak w zetknięciu z nim bezpiecznie się zachowywać. Całkowicie popieram pomysł PARPA. Jestem przekonany, że w kampanię zaangażuje się większość gmin, bo przecież wzmacnia to siłę naszego oddziaływania. Może dzięki kampanii rzadziej będziemy słyszeć: „Skąd mogłem wiedzieć, że to aż tyle promili?"

Rafał Zwoliński
Zastępca Dyrektora Wydziału Zdrowia i Polityki Społecznej, Bydgoszcz

Kampania skierowana do dorosłych osób pijących alkohol – okazjonalnie czy ryzykownie – jest bardzo potrzebna po to, aby ludzie dowiedzieli się, jak alkohol działa na ich organizm, jaka dawka jest bezpieczna, kiedy jest się ponownie trzeźwym, jaki wpływ może mieć picie alkoholu na nasze zdrowie, życie rodzinne, pracę, życie towarzyskie czy bezpieczeństwo. Dlatego popieram pomysł tej kampanii i się do niej przyłączam. Zachęcam też do udziału w niej wszystkie samorządy lokalne!"

Kazimierz Żyła
Pełnomocnik Burmistrza ds. Profilaktyki Uzależnień, Czerwionka-Leszczyny

co proponujemy samorządom lokalnym?

bezpłatny pakiet edukacyjny

Każda Gmina, która zgłosi się do kampanii, otrzyma bezpłatny pakiet edukacyjny

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. na DVD.

Razem **438 sztuk** materiałów edukacyjnych

Agencja pokrywa koszty pakietu wraz z przesyłką do wszystkich gmin. 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.

płatny pakiet dodatkowy

Każda Gmina, uczestnicząca w kampanii, może kupić pakiet dodatkowy od Wydawnictwa PARPAMEDIA

Zawartość płatnego pakietu dodatkowego:

- „Sprawdź, czy Twoje picie jest bezpieczne" – broszura, 16 stron w formacie 15x15 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 15x15 cm, 50 sztuk;
- „Rodzina z problemem alkoholowym" – broszura, 8 stron w formacie 15x15 cm, 100 sztuk;
- „Dzieci w rodzinie z problemem alkoholowym" – broszura, 8 stron w formacie 15x15 cm, 100 sztuk;
- „Czy sprzedawać alkohol nieletnim?" – broszura, 12 stron w formacie 15x15 cm, 50 sztuk;
- „Kierowca i alkohol" – broszura, 16 stron w formacie 15x15 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 szkól gimnazjalnych – w formacie A4, 250 sztuk;
- „Nasze dzieci i alkohol" – broszura, 16 stron w formacie 15x15 cm, 100 sztuk;
- „Podstawowe zasady dobrego komunikowania się z dziećmi" – przewodnik dla rodziców, format zeszytowy, 100 sztuk;
- „Podstawowe zasady dobrego komunikowania się z uczniami" - przewodnik 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 w pakiecie dodatkowym

CENA pakietu dodatkowego – 800 zł + VAT (976 zł brutto).
Gminy mogą zamówić wielokrotność pakietu dodatkowego: np. 2 lub 3 pakiety.

co proponujemy samorządom lokalnym?

Każda Gmina, która zgłosi się do 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. Każdy edukator będzie dysponował prezentacją multimedialną;
- **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, zaadresowanych do 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 bilboardów z własnym herbem lub logo;
- **zostanie zaproszona** do udziału w spotkaniu podsumowującym kampanię;
- **otrzyma dyplom** wraz z podziękowaniami od organizatorów kampanii.

Każda gmina przystępująca do kampanii **otrzyma przewodnik do realizacji działań w jej ramach** wraz z załącznikami w postaci scenariuszy i listy edukatorów oraz opisem, w jaki sposób można wykorzystać materiały edukacyjne. Czekamy na formalne zgłoszenia do udziału w kampanii do końca lutego (formularz zgłoszenia w załączniku). Osoba wskazana w zgłoszeniu, jako odpowiedzialna za koordynowanie działań kampanijnych **zostanie mianowania Ambasadorem Kampanii** i otrzyma od Agencji stosowny dokument.

eksperci

zachęcają do udziału w kampanii

Nowa kampania PARPA będzie ważnym elementem systemu profilaktyki. W szkołach upowszechniane są edukacyjne programy profilaktyczne. Młodzież sporo wie o szkodliwym wpływie środków psychoaktywnych. Są też spotkania dla rodziców realizowane podczas zebrań. Działania kierowane do dorosłych, wydają się jednak dalece niewystarczające. Także młodzi ludzie, gdy staną się pełnoletni, często uznają się za już bezpiecznych i zaczynają intensyfikować kontakty z alkoholem. Trudno również przekonywać dzieci i młodzież, gdy w sposób ryzykowny zachowują się osoby im bliskie – ojciec czy starszy brat. Zmasowana akcja edukacyjna, kierowana równolegle do różnych grup odbiorców jest zatem absolutnie niezbędna.

Joanna Szymańska
psycholog, kierownik Pracowni Profilaktyki w Centrum Metodycznym Pomocy Psychologiczno-Pedagogicznej

Z wykształcenia jestem pedagogiem i przez wiele lat pracowałem z młodzieżą. Od kilkunastu lat łączę pracę naukową nad profilaktyką zachowań ryzykownych dzieci i młodzieży, z działalnością szkoleniową i dydaktyczną. Wiem, co mogą zrobić dla młodego pokolenia dobrze przygotowane i aktywne władze samorządowe. Mogą wspierać profesjonalne programy działania, inwestować w rozwój umiejętności nauczycieli i innych dorosłych pracujących z dziećmi lub młodzieżą. Będę konsultantem kampanii społecznej PARPA „Sprawdź, czy Twoje picie jest bezpieczne". Ze względu na moje doświadczenie zawodowe zajmę się pomysłami dotyczącymi dzieci i młodzieży szkolnej, m.in. stworzeniem strony internetowej dla młodych ludzi.

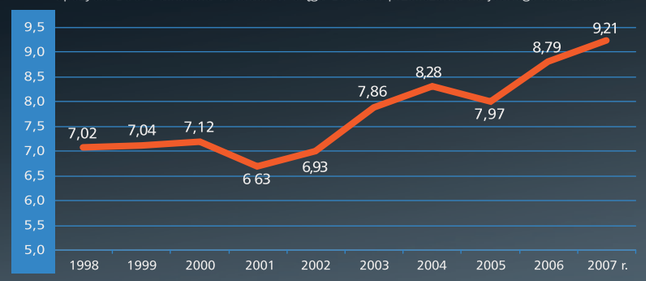
dr Krzysztof Ostaszewski
Instytut Psychiatrii i Neurologii w Warszawie

Dlaczego kampania jest potrzebna

Z badań 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)

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



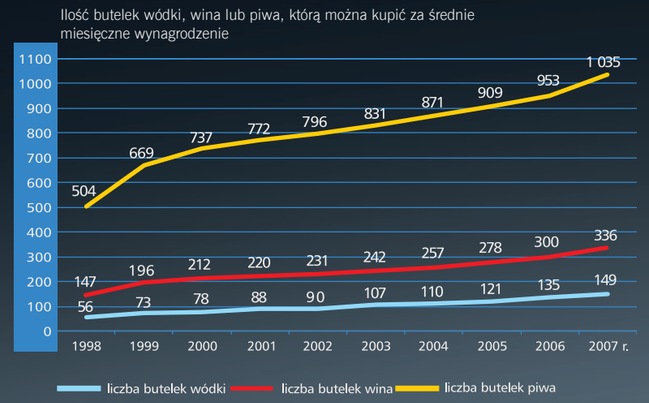
Uzyskane w badaniu **CBOS w czerwcu 2008 roku** wyniki, potwierdzają funkcjonowanie w powszechnej świadomości stereotypu, mówiącego o tym, że piwo jest najmniej szkodliwym napojem alkoholowym, wino jest nieco bardziej niebezpiecznym napojem niż piwo, a wódka jest najbardziej niebezpieczna. Ta sama ilość 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

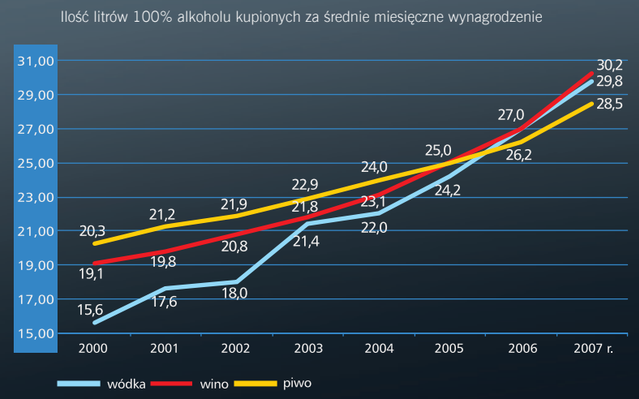
= 0k.10 g czystego alkoholu etylowego (tzw. proporcja standardowa)

Rośnie dostępność ekonomiczna alkoholu

W 2007 roku nastąpił nieznaczny wzrost cen napojów alkoholowych (o 0,6%) w porównaniu do roku poprzedniego; niekorzystnym zjawiskiem jest widoczny od roku 2000 spadek cen mocnych alkoholi (wyroby spirytusowe i likiery), przy jednoczesnym wzroście cen alkoholi słabszych (wina i piwa); obecnie, w porównaniu z 1998 rokiem, za średnie miesięczne wynagrodzenie można kupić trzykrotnie więcej butelek wódki oraz wina i dwukrotnie więcej butelek piwa



Wykres poniżej pokazuje ekonomiczną dostępność 100% alkoholu w piwie, winie lub w wódce w latach 2000–2007.



eksperci

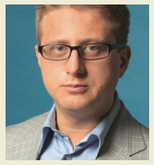
zachęcają do udziału w kampanii

Z punktu widzenia toksykologii alkohol jest trucizną i wypicie każdej jego ilości może być ryzykowne. Poziom ryzyka bywa jednak różny. Ludzie mogą wielokrotnie w ciągu życia zmieniać wzory spożywania alkoholu – od abstynencji, poprzez picie o niskim poziomie ryzyka, do spożywania alkoholu w sposób wysoce ryzykowny lub szkodliwy. Aby uniknąć problemów z powodu picia alkoholu, trzeba stale przyglądać się własnemu wzorowi picia i jego zmianom. Warto świadomie kontrolować ilość i częstotliwość picia alkoholu, zachować abstynencję w momentach, kiedy po prostu nie należy pić. Odpowiedzialnego używania alkoholu można się nauczyć.

Jadwiga Fudała
Kierownik Działu Lecznictwa Odwykowego i Programów Medycznych PARPA

W ubiegłym roku polscy policjanci zatrzymali 160 tysięcy nietrzeźwych kierowców. Problemem jest przede wszystkim SPOŁECZNE PRZYZWOLENIE NA PROWADZENIE SAMOCHODU POD WPŁYWEM ALKOHOLU. Ktoś widział, że osoby piją, a jednak pozwolił im usiąść za kierownicą. Pasażerami były często żony pijanych kierowców, ich dzieci albo rodzice. Czy najbliższa rodzina nie potrafi powiedzieć: „Skoro piłeś, nie możesz prowadzić"?! Wierzę, że kampania Państwowej Agencji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych pomoże zmienić tę sytuację.

młodszy inspektor Wojciech Pasieczny
Radca Wydziału Ruchu Drogowego Komendy Stołecznej Policji w Warszawie



Od dawna potrzebna była gminom kampania przygotowana przez profesjonalistów, dobrze pomyślana, przynosząca realne efekty. Samorządy otrzymują od PARPA bardzo praktyczny instrument działania. Jestem pewien, że dzięki zaangażowaniu wójtów, burmistrzów i pełnomocników stworzymy doskonałą sieć ogólnopolskiej współpracy. W pełni popieram tę inicjatywę!

Maciej Zdziarski
dziennikarz TVP, w latach 2002–2006 szef kampanii „Zachowaj Trzeźwy Umysł". Od stycznia 2009 redaktor naczelny „Świata Problemów"

Sprawdź czy Twoje picie JEST BEZPIECZNE

Do końca lutego 2009 roku przyjmujemy zgłoszenia Gmin do kampanii

Gminy zainteresowane pozyskaniem dodatkowego płatnego pakietu (pakietów) **edukacyjnego**, powinny zaznaczyć to w odpowiednim miejscu wypełnianego formularza, stanowiącego zamówienie. Zamówienie powinno zawierać imię i nazwisko osoby upoważnionej oraz pieczęć gminy.

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.

PARPA

Centrum Informacji o kampanii

dodatkowych informacji udzielają:
Magdalena Borkowska, tel. 022 532 03 04
Marta Zin-Sędek, tel. 022 532 03 29
e-mail: kampania@parpa.pl

Jak zgłosić udział w kampanii

Załączony formularz zgłoszenia należy **do końca lutego 2009** wysłać na adres:
Państwowa Agencja Rozwiązywania Problemów Alkoholowych PARPA
ul. Szańcowa 25
01-458 Warszawa
lub faxem na nr (22) 836 81 66.