



Strona Główna > Rynek i ludzie > Kampanie

szukaj

- > inBrief
- > Brief TV
- > Baza wiedzy
- > Rynek i ludzie
- > Kalendarz
- > Eventy
- > KTR 2011
- > Brief poleca
- > Brief się zmienia!

Inicjatywy

- > BriefIndex
- > BriefPanel
- > Brief for Poland
- > BriefAkademia
- > Magazyn Brief

Rynek i ludzie

Rynek

Kampanie

**Rusza trzecia edycja kampanii "Pozory mylą, dowód nie"**

21-06-2011

Pod takim hasłem Komenda Główna Policji i Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce - Browary Polskie od 2009 r. realizują kampanię edukacyjną, której celem jest zwrócenie uwagi sprzedawców i świadków sprzedaży w sklepach, że dorosły wygląd nie oznacza pełnoletniości upoważniającej do zakupu napojów alkoholowych. Zadaniem kampanii jest ograniczenie sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim oraz przeciwdziałanie spożyciu alkoholu w tej grupie wiekowej.

W 2010 r., w ramach ubiegłorocznej kampanii sopocki instytut badawczy PBS DGA przeprowadził badania zachowań sprzedawców wobec sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Zrealizowano je w dwóch falach: przed rozpoczęciem kampanii oraz po jej zakończeniu. Kampania przyniosła pozytywne efekty:

- wzrost wskaźnika odmowy sprzedaży alkoholu osobom nie mogącym wylegitymować się dowodem tożsamości z 47% (I fala) do 57% (II fala),
- wzrost wskaźnika żądania przez sprzedawców okazania dowodu tożsamości przez nabywcę z 50% (I fala) do 62% (II fala),
- spadek wskaźnika sprzedaży alkoholu osobie wyglądającej na niepełnoletnią z 53% (I fala) do 43% (II fala).

Kampania „Pozory mylą, dowód nie 2011” opiera się na aktywizowaniu środowisk lokalnych chcących zapobiegać picie przez nieletnich. Jednym z tego typu działań jest dystrybucja pakietów edukacyjno - informacyjnych do urzędów gmin i organizacji społecznych. W zestawie znajdują się ulotki, plakaty oraz naklejki informujące o tym, że dany punkt nie prowadzi sprzedaży alkoholu niepełnoletnim, film szkoleniowy edukujący sprzedawców jak reagować na próby zakupu alkoholu przez małoletnich, a także broszura dla rodziców omawiająca ogromną rolę wychowania w rodzinie w przeciwdziałaniu sięgania po alkohol przez małoletnich. W dotarciu do adresatów kampanii w całej Polsce pomogą funkcjonariusze Policji, którzy będą również monitorować przebieg działań w sklepach.

W ramach kampanii uruchomiona została infolinia 0801 066 366 oraz strona internetowa www.pozorymyla.pl. Gminy i organizacje mogą też za ich pośrednictwem zgłaszać swoje uczestnictwo. Takie zgłoszenie jest ponadto równoznaczne z udziałem w konkursie „Odpowiedzialna Gmina 2011”. W jego ramach wyłonionych zostanie dziesięciu uczestników, którzy kampanię zrealizowali najlepiej, najbardziej kompleksowo i – w szczególności - z wykorzystaniem własnych inicjatyw, wykraczających poza standardowe działania. Kampania „Pozory mylą, dowód nie 2011” będzie również wsparta poprzez kampanię edukacyjną w mediach.

**Kalendarz****Rusza VIII edycja konkursu Vision 2025**

31-08-2011 - Warszawa, Penta Investments
Penta Investments – środkowoeuropejska grupa... »

31-07-2011 - Warszawa

Europejska edycja konkursu 'Discover e-volunteering'

31-07-2011 - Warszawa, Internale Poland

Internale Poland 2011

04-07-2011 - Lublin

Akademia fotoreportażu w plenerze

22-06-2011 - Ożarów Mazowiecki

Warsztaty SBE czyli „Lasery na widelcu”**Eventy****Dobroczyncy Roku 2010 wybrani!**

16-06-2011

W tym roku po raz czternasty najbardziej aktywne firmy zostały nagrodzone za działalność społeczną »

15-06-2011 -

Zwycięzcy lecą na staż – finał PRaktykuj za granicą

10-06-2011 -

Polska jako marka

06-06-2011 -

Warsztaty Facebook NOW dla branży finansowej już za nami

Pozostałe »

Zobacz także

Browary Polskie

Gazeta: brief.pl

Tytuł: Rusza trzecia edycja kampanii "Pozory mylą, dowód nie"

Data: 21.06.2011



[« wstecz](#)

[+](#) Podziel się | [f](#) [my](#) [g+](#) [t](#)

[O nas](#) | [Reklama](#) | [Prenumerata](#) | [Kontakt](#) | [Praca](#)

Copyright © 2008 AdPress Wydawnictwo Reklamowe Sp. z o.o. All rights reserved.

Realizacja Ideo
Powered by Edito CMS



Partnerzy:



Doradca prawny:

