INFORMACJA, al. Niepodległości 34, 61-714 Poznań, hol główny, tel.: 61 626 66 66; fax 61 626 67 44, e-mail: kancelaria@umww.pl

Czy na pewno wiesz, za co pijesz? Rusza kampania Spełnione toasty

Z badań przeprowadzonych na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego wynika, że aż 70 proc. ankietowanych uważa, że alkohol tak samo wpływa na zdrowie kobiet i mężczyzn. Tyle samo osób nie zna nazw i nie kojarzy miejsc, gdzie można uzyskać informacje i pomoc w przypadku problemów wynikających z picia alkoholu. Jednocześnie, ponad połowa (53 proc.) ankietowanych uważa, że nadużywanie alkoholu przez kobiety to zjawisko częste lub bardzo częste. Dlatego rusza kampania społeczna, zlecona i sfinansowana przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego pn. „Spełnione Toasty", której celem jest zwiększenie świadomości na temat szkodliwości picia alkoholu i jego wpływu na organizm kobiety.

Alkohol wyrządza większe szkody zdrowotne w organizmie kobiety niż mężczyzny. Każda ilość wypitego alkoholu działa na kobiety bardziej toksycznie i może powodować poważne szkody zdrowotne: uszkadzać wątrobę, zaburzać funkcje hormonalne i zwiększać ryzyko zachorowania na raka piersi, zaburzać funkcje hormonalne i przyczyniać się do osteoporozy, wypłukując wapń z organizmu. Kobiety szybciej odczuwają skutki spożycia procentów, mogą też pić mniej porcji alkoholu, niż mężczyźni.

Spełnione toasty: wypijesz za to?

Kampania podzielona będzie na część informacyjną i edukacyjną, a całość opierać się będzie na trzech popularnych toastach. Wykreowaliśmy trzy powszechnie znane i wypijane niemal na każdej imprezie toasty: „za zdrowie", „rozchodniaczek" i „po maluszku".

Koncept zakrawa o wykorzystanie przewrotności znaczeń i zestawieniu warstwy dosłownej z warstwą symboliczną toastu. Pijąc za zdrowie, tak naprawdę szkodzimy sobie i niszczymy organizm, alkohol jest bowiem toksyną, która — spożywana w nadmiarze — truje nasze narządy.

Rozchodniaczek, a więc toast wypijany na odchodne, w warstwie dosłownej stanowić może o rozpadzie związków i relacji rodzinnych, do których przyczynia się nadużywanie alkoholu.

Z kolei toast „po maluszku" z reguły wypowiadany po to, by minimalizować ilość spożytego alkoholu oraz bagatelizować fakt jego spożywania, w warstwie dosłownej — w zestawieniu z kobietą, która w ciąży sięga po procenty, dopowiada warstwę znaczeniową: matka pijąca alkohol w ciąży, powoduje, że jest już po maluchu, skreśla go już na starcie, narażając tym samym na takie choroby jak FASD czy nawet FAS.

- Wszyscy znamy te toasty. My zobaczyliśmy ich drugie znaczenie i odnieśliśmy je do danych. Ponad 1,5 mln Polek jest uzależnionych lub pije ryzykownie, alkohol jest jedną z przyczyn rozpadu ponad 10 tys. rodzin w Polsce, a co roku rodzi się u nas 9 tys. dzieci z FASD, czyli ze Spektrum Płodowych Zaburzeń Alkoholowych, niegenetycznym, nieuleczalnym zespołem chorób, które wpływają na całe życie człowieka, dotyczą całego organizmu — opowiada Paulina Stochniałek, Członek Zarządu Województwa Wielkopolskiego.

Natalia Kukulska i inne kobiety w słusznej sprawie

By kampania ze swoim zasięgiem dotarła do osób, które mogą potrzebować pomocy, posłużono się wieloma nośnikami przekazu. Akcja promowana będzie w internecie ze wsparciem komunikacji na billboardach, citylightach, w komunikacji miejskiej, a także w lokalnych stacjach radiowych i telewizyjnych. Przygotowano także trzy filmy oparte na wyżej wspomnianych toastach, w których udział biorą ambasadorki — trzy kobiety, które dzięki swojej rozpoznawalności zwiększą siłę przekazu i zasięg jego dotarcia. W każdym z filmów zobaczymy inną gwiazdę. W pierwszym spocie „Za zdrowie pań" udział

wzięła Natalia Kukulska, kolejne panie będą przedstawione razem z premierą kolejnych spotów.

Wraz ze startem kampanii ruszyła także strona internetowa www.spelnionetoasty.pl, na której pokazano kalkulator porcji alkoholu, bazę wiedzy na temat popularnych drinków i porcji alkoholu w nich zawartych, bazę informacji o specyfice picia alkoholu przez kobiety oraz test pomagający zdiagnozować problemy alkoholowe. Zasięgi zwiększy też promocja z udziałem influencerów.

Poza wymienionymi działaniami, emitowany będzie także cykl 5 reportaży, w których popularna blogerka Natalia Tur rozmawiać będzie z ekspertami o społecznych i zdrowotnych aspektach picia alkoholu.



Dziękujemy za odwiedziny i zapraszamy ponownie