



Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce

## **Prawie pół tysiąca gmin wspiera program „Pozory mylą, dowód nie”**

Niemal pół tysiąca polskich gmin wspiera kampanię przeciwko sprzedaży alkoholu osobom nieletnim. 450 gmin z całej Polski włączyło się do kampanii społecznej „Pozory mylą, dowód nie”. Jest to kolejna edycja ogólnopolskiego programu edukacyjnego, którego organizatorem jest Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce Browary Polskie oraz Komenda Główna Policji.

### **Zaangażowanie gmin**

Gminy z całej Polski włączają się w działania prowadzone w ramach trwającej kolejnej edycji kampanii „Pozory mylą, dowód nie”, której celem jest ograniczenie sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Akcja edukacyjna obejmie 29 tysięcy sklepów oraz niemal 300 tysięcy rodziców, którzy otrzymają broszury informacyjne o tym, jakie skutki może mieć zbyt wczesna inicjacja alkoholowa nieletnich oraz mówiące, jak należy rozmawiać z dziećmi, by kształtować w nich odpowiedzialną postawę względem alkoholu. Wiele gmin, które zaangażowały się w program realizuje również dodatkowe działania edukacyjne, jak szkolenia dla sprzedawców i specjalne imprezy sportowe i kulturalne organizowane dla młodzieży i dorosłych, których integralnym elementem jest tematyka profilaktyki alkoholowej. Samorządy najbardziej zaangażowane w realizację założeń kampanii „Pozory mylą, dowód nie” mają szansę otrzymać w grudniu tytuł „Odpowiedzialnej Gminy 2012”.

*Tak szerokie wsparcie kampanii przez samorządy z całej Polski pokazuje, że problem sprzedaży alkoholu nieletnim nie jest Polakom obojętny. Zaangażowanie ponad 450 gmin daje możliwość stworzenia szerokiej społecznej koalicji sprzeciwu wobec sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Wspólnymi siłami i przy wsparciu partnerów samorządowych i rządowych mamy realne szanse, aby ograniczyć dostęp do alkoholu małoletnim – mówi Danuta Gut, Dyrektor Biura Zarządu ZPPP Browary Polskie.*

### **Założenia kampanii**

„Pozory mylą, dowód nie” to ogólnopolska kampania realizowana przez Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego i Komendę Główną Policji od 2009 roku. Honorowego patronatu dla tegorocznej edycji kampanii udzielił Minister Sprawiedliwości oraz Minister Gospodarki. W kampanię w tym roku włączyła się także sieć sklepów Lidl.



Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce  
Zasadniczym celem prowadzonych działań edukacyjnych jest zmniejszenie dostępności alkoholu dla osób niepełnoletnich. Kampania opiera się na aktywizacji środowisk lokalnych - gmin, powiatów i organizacji NGO działających w danym regionie, które angażują się w edukację skierowaną zarówno do sprzedawców alkoholu, jak i rodziców.

Tegoroczna edycja kampanii szczególnie nacisk kładzie na komunikację do rodziców, których rola w łańcuchu prewencji jest szczególna. Rodzice odgrywają szczególną rolę w kształtowaniu się osobowości młodego człowieka, mają ogromny wpływ na dalsze, dorosłe życie swoich dzieci, dlatego tak ważne jest, aby uświadamiali swoim pociechom negatywne skutki przedwczesnej inicjacji alkoholowej.

Więcej na temat kampanii na [www.pozorymyla.pl](http://www.pozorymyla.pl) , infolinia 0 801 066 366.

Kontakt dla mediów:

**Agnieszka Kuczyńska**

GSM: 795 576 400

e-mail: [kuczynska@mccconsultants.pl](mailto:kuczynska@mccconsultants.pl)

\*\*\*

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego **Browary Polskie** jest organizacją, która skupia największych producentów piwa w Polsce, tworzących ponad 90% rynku. Reprezentuje członków w relacjach z administracją rządową i samorządową, organizacjami społecznymi oraz związkami zawodowymi działającymi w przemyśle piwowarskim. W swoje zadania statutowe Związek ma także wpisane prowadzenie działalności ukierunkowanej na propagowanie odpowiedzialnej sprzedaży i konsumpcji alkoholu oraz podejmowanie i wspieranie inicjatyw edukacyjnych w tym zakresie.

Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego jest członkiem europejskiej organizacji **The Brewers of Europe (Browary Europejskie)**, która zrzesza stowarzyszenia branżowe z 23 krajów Unii Europejskiej oraz Norwegii, Szwajcarii i Turcji. Jako członek **The Brewers of Europe**, Związek Pracodawców Browary Polskie jest aktywnym uczestnikiem stworzonego przez Komisję Europejską w czerwcu 2007 roku Forum Alkohol i Zdrowie, będącym platformą współpracy i dialogu pomiędzy producentami, organizacjami rządowymi i pozarządowymi na arenie europejskiej.

Związek jest członkiem **Rady Reklamy**, organizacji odpowiadającej za samoregulację w dziedzinie reklamy w Polsce. Działa na rzecz podnoszenia standardów komunikacji marketingowej poprzez promowanie dobrych wzorców oraz piętnowanie nieetycznych i nieuczciwych przekazów reklamowych. System samoregulacji opiera się na Kodeksie Etyki Reklamy, dokumencie opracowanym wspólnie przez przedstawicieli trzech grup tworzących rynek reklamowy w Polsce: reklamodawców, agencje reklamowe i media. Kodeks Reklamowy Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce Browary Polskie został dołączony jako aneks nr 1 (Standardy Reklamy Piwa) do Kodeksu Etyki Reklamy.