



MINISTERSTWO SPRAWIEDLIWOŚCI
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
IUSTITIA EST CONSTANS ET PERPETUA VOLUNTAS IUS SUUM CUIQUE TRIBUENDI



Warszawa, 2 sierpnia 2012 r.

INFORMACJA PRASOWA

Minister Sprawiedliwości popiera kampanię „Pozory mylą, dowód nie”

Ta kampania jest niezwykle potrzebna – mówi Jarosław Gowin

„Pozory mylą, dowód nie” – to hasło ogólnopolskiej kampanii edukacyjnej, której celem jest ograniczanie spożycia alkoholu przez nieletnich. Kampania organizowana jest już po raz 4 przez Komendę Główną Policji oraz Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie. Do tegorocznej edycji dołączyło również Ministerstwo Sprawiedliwości, obejmując kampanię honorowym patronatem.

Ministerstwo Sprawiedliwości już po raz drugi zaangażowało się w działania kampanii „Pozory mylą, dowód nie”. Akcja, podobnie jak w ubiegłym roku, ukierunkowana jest przede wszystkim na aktywizację środowisk lokalnych, zbudowanie szerokiego społecznego frontu sprzeciwu wobec sprzedaży alkoholu osobom małoletnim i koalicji na rzecz ograniczenia dostępności napojów alkoholowych w tej kategorii wiekowej. Cel strategiczny kampanii to zapobieganie spożywaniu alkoholu przez niepełnoletnich. *Świadomość społeczna dotycząca negatywnych skutków spożywania alkoholu przez dzieci i młodzież jest wciąż za mała, dlatego ta kampania jest niezwykle potrzebna. Ministerstwo Sprawiedliwości od dawna angażuje się w akcje, które mają na celu podniesienie świadomości prawnej obywateli. Już po raz drugi Ministerstwo obejmuje kampanię „Pozory mylą, dowód nie” honorowym patronatem, ponieważ nadal istnieje spore przyzwolenie społeczne na spożywanie alkoholu przez nieletnich. Nie można tego bagatelizować – mówi Jarosław Gowin, Minister Sprawiedliwości.*



MINISTERSTWO SPRAWIEDLIWOŚCI
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
IUSTITIA EST CONSTANS ET PERPETUA VOLUNTAS IUS SUUM CUIQUE TRIBUENDI



Kampania „Pozory mylą, dowód nie 2012” realizowana jest poprzez gminne departamenty odpowiadające za oświatę i zdrowie, gminne jednostki ds. rozwiązywania problemów alkoholowych oraz lokalne organizacje społeczne. W tym celu opracowano pakiet materiałów edukacyjnych:

- **dla sklepów:**
 - ulotka oraz film instruktażowy dla sprzedawców, edukujące w zakresie przepisów prawnych dotyczących zakazu sprzedaży alkoholu osobom nieletnim oraz sankcji wiążących się z ich łamaniem oraz instruujące jak asertywnie odmawiać sprzedaży alkoholu osobie nieletniej,
 - plakaty i naklejki informujące o tym, że dany punkt nie prowadzi sprzedaży alkoholu niepełnoletnim.
- **dla rodziców:**
 - poradnik omawiający ogromną rolę wychowania w rodzinie w przeciwdziałaniu sięganiu po alkohol przez małych dzieci.
- **dla szkół:**
 - konspekt dla nauczycieli do poprowadzenia zebrania z rodzicami na temat negatywnych skutków spożywania alkoholu przez osoby niepełnoletnie.

Do tej pory do programu przystąpiło już ponad 210 gmin z całej Polski.

Obowiązujące w Polsce przepisy prawa zakazują sprzedaży napojów alkoholowych osobom, które nie ukończyły 18. roku życia. Działania edukacyjne prowadzone przez ZPPP Browary Polskie w zakresie zapobiegania sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim przynoszą wymierne efekty. Badania instytutu PBS DGA sprzed dwóch lat, przeprowadzone metodą „tajemniczy klient” wykazały, że sprzedaż alkoholu osobom poniżej 18. roku życia spadła po przeprowadzeniu kampanii aż o 10%. O tyle samo wzrosła częstotliwość sprawdzania dowodów osobistych przez sprzedawców. Jest to dowód na to, że edukacja zarówno sprzedawców, jak i świadków prób zakupu napojów alkoholowych przez osoby nieletnie przynosi rezultaty – mówi Danuta Gut, Dyrektor Biura Zarządu ZPPP Browary Polskie.



MINISTERSTWO SPRAWIEDLIWOŚCI
RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ
IUSTITIA EST CONSTANS ET PERPETUA VOLUNTAS IUS SUUM CUIQUE TRIBUENDI



W ramach kampanii uruchomiona została także infolinia **801 066 366** oraz strona internetowa **www.pozorymyla.pl**, na której dostępne są wszelkie dokumenty i informacje z nią związane. Gminy i organizacje mogą też za ich pośrednictwem zgłaszać swoje uczestnictwo. Takie zgłoszenie jest ponadto równoznaczne z udziałem w konkursie „Odpowiedzialna Gmina 2012”. W jego ramach wyróżnionych zostanie dziesięciu uczestników, którzy kampanię zrealizowali najpełniej, najbardziej kompleksowo i – w szczególności – podejmując własne inicjatywy wykraczające poza standardowe działania, związane z dystrybucją pakietów edukacyjnych oraz organizacją szkoleń dla sprzedawców i właścicieli sklepów.

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 **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.

Dodatkowych informacji udzielają:

Agnieszka Kuczyńska

tel: 795 576 400

e-mail:kuczynska@mccconsultants.pl