

SUCHOU CESTOU

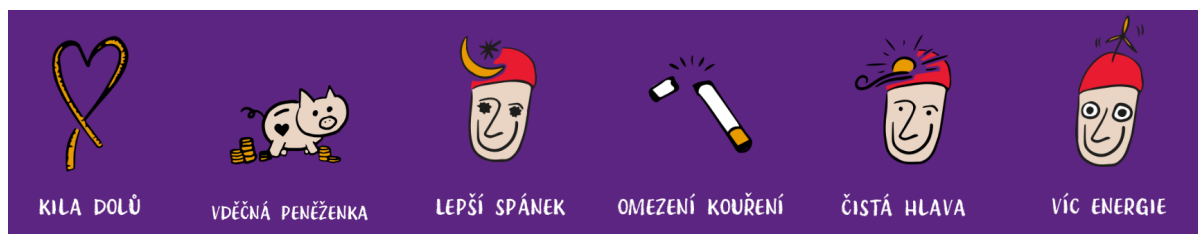
Suchej únor letos překonal hranici 1 000 000 dospělých účastníků

*Celé Suché Česko–Slovensko, **čtvrtek 29. února***

[PRESS KIT](#) | [SOCIAL KIT](#) | [DOPAD](#) | [WEB](#) | [ČLÁNEK](#)

petr@suchejunor.cz | 721 530 199

12. ročník kampaně Suchej únor, iniciativy zaměřené na osvětu a prevenci v oblasti konzumace alkoholu, přináší do české společnosti nové perspektivy a rekordní účast. Měsíc bez alkoholu si vyzkoušelo nevídaných 17 % dospělých, v přepočtu zhruba 1 200 000 lidí. Vysoká účast odráží rostoucí povědomí a snahu o změnu v přístupu k alkoholu mezi Čechy a Slováky (3. ročník Suchý Február). Zapojila se opět řada osobností, firem, škol i institucí. Novinkou byla interaktivní výstava i chatbot NEO.



Letošní ročník přinesl řadu novinek, včetně interaktivní výstavy v Praze, která oslovila přes 800 účastníků z řad žáků základních a středních škol a veřejnosti. Proběhl také kulatý stůl s 15 odborníky a soutěž s Policií ČR, do které přišlo přes 720 děl od 86 škol, což odráží kreativní přístup mladých lidí k tématu. Kampaň letos rámovalo téma **Suchou cestou**, symbolizující společnou cestu všech zapojených účastníků i české společnosti krajinou plnou výzev, které měsíc bez alkoholu přináší. Pro registrované účastníky byly připraven virtuální batoh plný zážitků i čajový kalendář od firmy Leros.

Účastníci měli možnost finančně podpořit prostřednictvím registrace realizaci kampaně a další osvětovou činnost organizace Suchej únor. „*Díky darům jednotlivých Sušičů je možné, aby kampaň fungovala a opakovaně zvedala tak důležité téma, jako je vysoká a stále málo reflektovaná spotřeba alkoholu u nás,*“ vysvětluje za organizátory **Petr Freimann**, ředitel neziskové organizace Suchej únor, která kampaň pořádá. **Suchej únor je stále možné podpořit přes www.suchejunor.cz.**

Kampaň letos pokořila hranici milionu účastníků

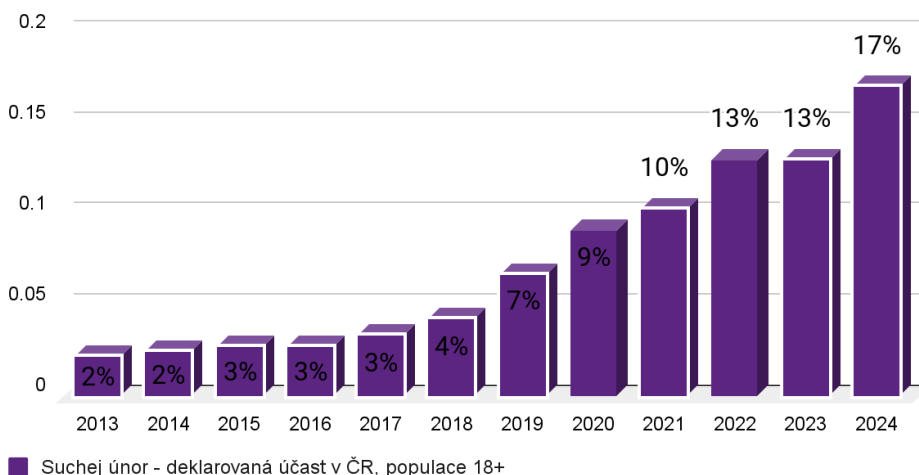
Kampaň Suchej únor už zná 86 % české populace 18+. Účast letos deklarovalo na 17 % dospělých, což je v přepočtu zhruba 1 200 000 lidí.

Celkem už někdy Suchej únor drželo 26 % dospělých v ČR

„Výsledky výzkumu také naznačují určitý trend omezování konzumace alkoholu v České republice. Meziročně poklesl podíl nejsilnějších pijanů, a naopak mírně vzrostl podíl těch, kteří uvedli, že nepijí vůbec. Lidé jsou dnes již informovanější o negativních dopadech nadměrné konzumace alkoholu na zdraví, trendem je zdravější životní styl. Výsledky výzkumu zároveň potvrzují, že dnešní mladá generace pije alkohol méně než generace jejich rodičů,“ komentuje výsledky socioložka **Hana Friedlaenderová** z agentury Nielsen. Ta průzkum realizovala společně s agenturou ResOLUTION Group na reprezentativním vzorku 484 respondentů internetové populace 18+ v rámci pravidelného omnibusového šetření na Českém národním panelu.

„Povědomí o kampani se dnes ve velké míře šíří i spontánně, což odpovídá tomu, že kampaň u české veřejnosti nejvíce rezonuje na sociálních sítích a prostřednictvím ‚word of mouth‘,“ doplňuje Hana Friedlaenderová.

Deklarovaná účast



„Češi patří ve světovém žebříčku mezi jedny z největších konzumentů alkoholu. To ale není zrovna dobrá zpráva. Čísla mluví jasně. Kromě zdravotních rizik pro jedince jde i o významnou zátěž pro celou společnost, a to nejen finančně ale i v oblasti veřejného zdraví jako takového. O dopadech konzumace alkoholu je třeba mluvit. Suchej únor nám nabízí jedinečnou příležitost, jak si vyzkoušet, jak na tom s alkoholem jsme a co můžeme změnit. Proto tuto iniciativu plně podporuji,“ komentuje smysl kampaně Suchej únor ministr zdravotnictví **Vlastimil Válek**.

„Suchej únor má pro mě smysl, protože jde o dlouhodobou kampaň, která získala pozornost veřejnosti. Považuji za důležité, že upozorňuje společnost na to, že alkohol s sebou nese významná zdravotní rizika, ačkoliv je nesprávně považován za lehkou drogu. Česko se dlouhodobě řadí k zemím, ve kterých se vypije nejvíce alkoholu na hlavu na světě. Navíc máme nejvyšší počet dětí pod 16 let, které již stihly přijít do styku s alkoholem, a to nejčastěji z rukou rodičů,“ říká ke kampani **Jindřich Vobořil**, předseda správní rady Společnosti Podané ruce o.p.s. a národní protidrogový koordinátor.

Konzumaci sníží každý druhý účastník – dlouhodobě

Klíčový je rozhodně objektivně pozitivní dopad kampaně na účastníky. Suchej únor jim umožňuje dát si na jeden měsíc od alkoholu odstup, díky čemuž mohou poznat, jak moc své pití ovládají a jak moc alkohol ovládá je. Podle průzkumu mezi 706 účastníky v roce 2021 deklaruje snížení spotřeby alkoholu ještě 4 měsíce po kampani 53 % z nich. Ještě důležitější je srovnání spotřeby podle **adiktologického testu Audit C**. Ten byl proveden na 662 účastnících, kteří vyplnili v roce 2020 i 2021 tzv. [Test nezávislosti](#) (celkem ho již vyplnili desetitisíce Sušičů). **Po celém roce od konce kampaně pilo 47 % účastníků nadále méně.** Více informací o výzkumu mezi Sušiči můžete nalézt na www.suchejunor.cz/vyzkum

Široká podpora kampaně napříč společností

– kraje, města, dopravní podniky, firmy, instituce... –

Kampaň podpořila také řada firem v rámci akce Jdeme příkladem: T-Mobile, Slovak Telekom, O2, AOYAMA, OEZ, British American Tobacco, Sanasport, DHL Express, Zásilkovna, Česká spořitelna, Ulekaře.cz, RBP 213, Albert, Ministerstvo zdravotnictví, Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra, Magistrát Hlavního města Prahy, Pilulka, Krok Kyjov, Mondi SCP, Ministerstvo vnitra, Seznam, 4TransHolding.



Petr Čech, HR ředitel z T-Mobile Czech republic zdůrazňuje rekordní účast zaměstnanců na workshopu o závislostech a vyzdvihuje širokou nabídku aktivit zaměřených na podporu zdravějšího životního stylu. „Neziskovou organizaci Suchej únor podporujeme již několik let. Letos jsme uspořádali workshop na téma závislostí a všem zájemcům z řad zaměstnanců uhradili „vstupenku“, díky které získali únorový čajový kalendář a měsíční členství na online cvičení, recepty, webináře na téma well-beingu a také slevy na zajímavé nealko nápoje. Letos se nám přihlásilo přes 200 zaměstnanců z T-Mobile i Slovak Telekomu, což je zatím rekordní účast.“

Záštitu a spolupráci poskytlo mnoho krajů, ministerstev a institucí jak v ČR, tak na Slovensku. Podrobný seznam těchto partnerů a dalších podporujících organizací naleznete zde: [Kompletní seznam](#).

Kampaň oslovuje řadu známých osobností, které pomáhají šířit osvětu. Letos to byli například David Kraus, František Konopa, Eva Burešová, Jiří Burian, Jan Caha, Johanna Nejedlová, Jaro Slávik, LIPO, Kristýna Kohoutová, Lenka Nová, Jiří Tkadlčík, Petr Harazín, Natálie Schejbalová, Adéla Elbel, Aneta Folberger, Lucie Zelinková nebo Zuzana Hajšmanová. Na Slovensku pak Nikoleta Kováčová, Zuzana Vačková, Pierre Cedric Klimeczek, Martin Šmahel, Natália Pažická, Samuel Kováčik, Katarína Peterová, Kristína Suchánková aj Spoko Kramár z kapely Smola a Hrušky, ktorí nahrali pre Sucháč hymnu s názvom Suchou cestou.



ODBORNÍ PARTNEŘI KAMPAŇE SUCHEJ ÚNOR 2024



Klinika adiktologie



1. LÉKAŘSKÁ
FAKULTA
Univerzita Karlova



VŠEOBECNÁ FAKULTNÍ
NEMOCNICE V PRAZE



Národní ústav duševního zdraví



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ
ČESKÉ REPUBLIKY



Nielsen

Res

SOLUTION

Informace o kampani

Suchej únor se stal již každoroční českou tradicí, která nabízí jedinečnou příležitost (za podpory velké části společnosti) okusit měsíční život bez alkoholu, udělat něco pro své zdraví, vyzkoušet si, do jaké míry máme alkohol pod kontrolou a do jaké míry ovládá alkohol nás. [Dopady kampaně jsou k dispozici zde](#). Kampaň letos proběhne již potřetí i na Slovensku.

PRO MÉDIA

Petr Freimann, manažer kampaně
petr@suchejunor.cz, 721 530 199

[instagram](#) [facebook](#)