



Suchý február 2021 končí veľkým úspechom

Priniesol rekordnú účasť, knihu aj nové dáta o pití alkoholu v dobe COVID pandémie.

Celé Suché Československo, 1. marca 2021

100% suchý press kit

POZVÁNKA: [ODBORNÁ DEBATA 1. MARCA, 18:00](#)

Končí sa 1. slovenský ročník zdravotne-osvetovej kampane Suchý február, ktorá podporuje ženy a mužov v snahe preveriť si svoj vzťah k alkoholu a zmeniť zabehnuté návyky. V Českej republike sa jedná už o 9. ročník tejto veľmi úspešnej kampane.

Medzi "Sušičov" sa pridalo mnoho známych osobností. Kampaň podporili mestá a obce, 2 dopravné podniky, neziskové organizácie, množstvo inštitúcií, stredných a vysokých škôl a firiem.

Pre tento ročník vyšla unikátna **[KNIHA SUCHEJ ÚNOR](#)**, ktorej kúpou môžu ľudia podporiť činnosť neziskovej organizácie Suchej únor.

Do knihy prispelo **72 českých osobností**, odborníkov, novinárov aj obyčajných smrteľníkov s neobyčajnými ľudskými príbehmi. Napríklad reprezentačný hokejista Patrik Bartošák, psychologovia Pavel Rataj či Ilona Preslová, spisovateľ Josef Formánek, primár Petr Popov, koučka Janka Chudlíková, alkohololog Ivan Douda, záchranár Honza alebo muzikant Petr Fiala. Od konca februára môžete knihu nájsť tiež v ponuke väčšiny kníhkupectiev. *"Koupí knihy přispěje každý nejen na realizaci Sucháče v příštím roce, ale také na další osvětové projekty, které chystáme v průběhu roku. A především – ta kniha je opravdu dobře hodnocená jak odbornou tak laickou veřejností a přáli bychom si, aby byla – podobně jako alkohol, také v každé domácnosti,"* vysvetľuje zmysel knihy riaditeľ neziskovej organizácie Suchej únor, Petr Freimann



Kompletný **[PRESS KIT](#)** na stiahnutie



Suchej únor/ Suchý február tento rok prvýkrát organizovala novo vzniknutá nezisková organizácia, ktorá prebrala pomyselnú štafetu od Ligy otvorených mužů (LOM), v ktorej sa v roku 2013 nápad na Suchej únor zrodil. Na Slovensku malo tento rok šírenie kampane na starosti OZ Psychiatrická klinika v Trenčíne Odborné partnerstvo akcii tradične v ČR poskytol Národní ústav duševního zdraví (**NUDZ**) a Klinika adiktologie 1. Lékařské fakulty Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice (**KAD**), na Slovensku kampaň podporovalo Centrum pre liečbu drogových závislostí (**CLPDZ**) v Bratislave a Liga za duševné zdravie. Hlavnými partnermi ročníku 2021 boli Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR (**ZP MV ČR**) a rodinná nápojová firma **Kofola**. Dalšími partnermi sú **Zásielkovňa**, **ISIC**, **Česká televize** nebo Filmová akademie Miroslava Ondříčka v Písku **FAMO**.

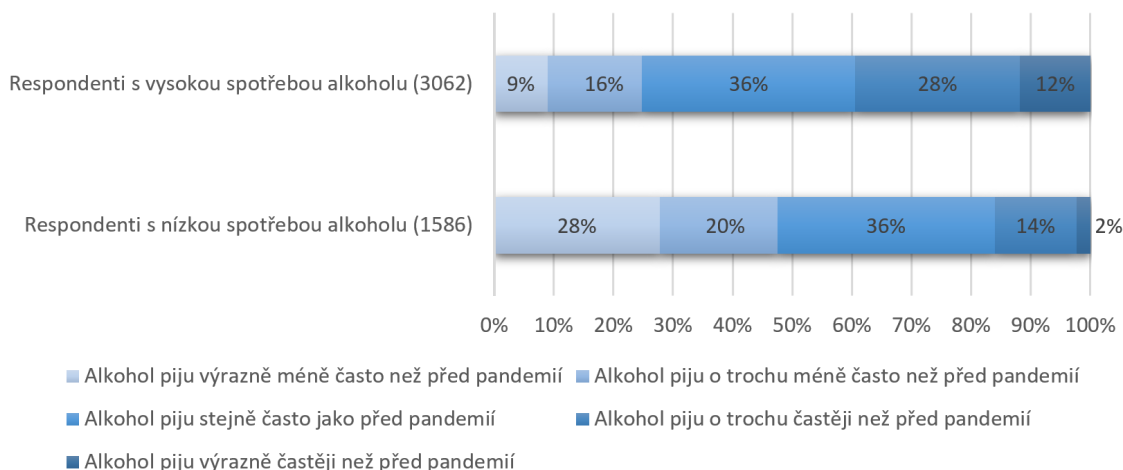
V tomto roku sa svojou oficiálnou záštitou pridala **Trnavská univerzita v Trnave a jednotlivé fakulty mnohých ďalších univerzít** alebo **dopravné podniky mesta Zvolen a Košice**. Podporu kampani vyjadrilo tiež Ministerstvo zdravotníctva SR, Dobrovoľná požiarna ochrana rovnako ako ďalšie verejné inštitúcie a školy.

3x Pandémia COVID-19 a alkohol

Tento ročník prebehol v rámci proti-pandemických opatrení. Aj preto Suchej únor/Suchý február realizoval hneď tri nezávislé prieskumy na tému zmeny konzumného správania vo vzťahu k alkoholu v dobe pandémie. **Výstupy všetkých troch týchto prieskumov potvrdili hypotézu, že zatiaľ čo menej rizikovní konzumenti v dobe pandémie s pitím alkoholu zvolnili, rizikovní konzumenti naopak v konzumácii pritvrdili.**

Prieskum Suchej únor/Suchý február

Analýza takmer 5 000 unikátnych vyplnení dôkladného [Alkotestu](#) na webe suchejunor.cz a suchyfebruar.sk ukázala, že alkohol pije v období pandémie častejšie 40 % rizikových konzumentov oproti 16 % ľudí, ktorí alkohol pijú s nižšou mierou rizika (viz. priložený graf). Naopak bezmála polovica z tých, ktorí mali alkohol bezpečne pod kontrolou už pred pandemiou, v tomto období ešte ubrala. Do rizikových skupín boli respondenti rozdelení podľa štandardizovaného adiktologického nástroja AUDIT-C. Podobné výsledky sa ukázali v otázke k zmene množstva alkoholu vypitého pri jednej príležitosti, kde došlo k zvýšeniu spotreby u 23 % rizikových konzumentov a iba u 6 % nízkorizikových.



Prieskum Nielsen Admosphere

Podobný princíp ukázal aj reprezentatívny výskum Nielsen Admosphere na českej internetovej populácii 18+. Slabší konzumenti alkoholu (2-4x mesačne a menej často) pijú alkohol v dobe pandémie výrazne menej často než pred pandemiou, časť pravidelných konzumentov alkoholu (2-3x týždenne) v pití alkoholu tiež ubrala a pije menej ako pred pandemiou (cca 16 %). **Časť z tejto skupiny pravidelných konzumentov alkoholu však v pití naopak pridala a pije častejšie než pred pandemiou (20 %).** A práve týmto ľuďom hrozí, že môžu ľahko skĺznuť do rizikovej skupiny konzumentov alkoholu.

Prieskum ISIC Česko a Slovensko

V poslednom prieskume, ktorý prebehol v spolupráci s ISIC, odpovedalo 1 645 študentov z ČR a 571 zo Slovenska, z ktorých väčšina mala medzi 15-25 rokov. Pohľad na zmenu spotreby v rámci pandémie ukázal, **že spotrebu zvýšilo 21 % odpovedajúcich študentov v ČR a 14 % na Slovensku**, oproti tomu ich 52 % v ČR a 59 % v SR v konzumácii zvolnilo, čo je výrazne väčšie číslo, než v predchádzajúcich dvoch výskumoch. Môže to potvrdzovať trendy súčasnej generácie Z, ktorá alkoholu holduje výrazne menej, než generácia predchádzajúca. Medzi študentmi ČR už pozná kampaň Suchej únor 85 % dotazovaných. Každý štvrtý (25 %) študent sa zároveň už niekedy do kampane aktívne zapojil. Na Slovensku je zatiaľ povedomie o kampani medzi študentmi len o niečo málo nižšie, 67 % a miera zapojenia 24 %.

Úbytok podnetov a možností seberealizácie

„Pri prvom pohľadu sa môže jeviť, že pandémie měla na spotrebu alkoholu u nás pozitívny vliv, protože větší množství lidí s pitím zvolnilo nebo se jejich spotřeby situace nijak nedotkla. Tím bychom ovšem opomíjeli nejrizikovější skupinu obyvatel, u které se ukazuje zcela opačný trend,“ popisuje za Suchej únor **Petr Freimann**. *„Důvody přesně neznáme, může jít o dopady sociální izolace, úbytek vnějších podnětů a možností seberealizace nebo třeba hůře dostupnou péči o duševní zdraví, stejně jako o celkovou úzkost z pandemie,“* dodává.



Istá je korelácia medzi zhoršenou psychickou pohodou a nadmerným pitím, jedná sa o veľmi nevhodnú stratégiu pri riešení tohto stavu. Podľa skúseností odborníkov na závislosti a terapeutov pribudli tiež ľudia, ktorí v minulosti svoj boj s alkoholom vyhrali, dlhodobo abstinujú, ale behom pandémie krátkodobo abstinenciu porušili alebo k tomu mali veľmi blízko. Nárast u nárazového excesívneho pitia najmenej jedenkrát za týždeň (tzv. binge drinking), potvrdzuje aj štúdia tímu Petra Winklera z Národného ústavu duševného zdravia.

Rôzne zahraničné štúdie tiež poukazujú na skutočnosť, že v spotrebe alkoholu behom posledného pandemického roku zatlačili na pílu hlavne dospelí do 35 rokov. U nich plní alkohol pravdepodobne dve „funkcie“ – jednak znižuje úzkosť z neistej socioekonomickej situácie a možnej straty zamestnania, a na druhej strane slúži ako dočasné antidepresívum. Vo všeobecnosti sa zdá, že sú nadmerným pitím momentálne viac ohrozené ženy, ktoré aj za normálnych okolností tradične viac popíjajú doma, kde momentálne trávajú ešte viac času ako pred pandemiou, navyiac výrazne zaťažené stresom z pracovných povinností, bežnej starostlivosti o domácnosť a domáce vyučovanie detí.

Umiernené pitie je trend a expanzia na Slovensko

„Celý měsíc jsme podporovali všechny, kteří poctivě drželi Suchej únor. Setkali jsme se s řadou pozitivních reakcí od lidí, kteří skleničku nebo půllitr na čas vynechali. Život by neměl být o extrémech a prověřit si, jak si ve vztahu k alkoholu stojíme, je zkouška, ke které jsme se rádi přidali. Snad to některým lidem pomohlo,“ uvádza **Jannis Samaras**, majiteľ firmy Kofola. Kofola podporila osvetový projekt nielen vo svojich marketingových a online kanáloch, ale aj komunikáciou priamo na trhu na českom aj slovenskom území.

Ročník 2021 bol zároveň prvým rokom, kedy kampaň Suchej únor oficiálne expandovala aj za hranice s názvom **Suchý február**. Za šírenie kampane na Slovensku bola zodpovedná Klára Dzúriková a tím OZ Psychiatrická klinika v Trenčíne. Slovenské médiá aj verejnosť o kampaň prejavili, podobne ako v Česku, enormný záujem: *„Prvý rok Suchého februára odštartoval aj napriek súčasnej situácii na výbornú. Podarilo sa nám osloviť veľké množstvo ľudí, oficiálne sa zapojili vysoké školy, nemocnice, občianske združenia. Veľmi nás teší, že táto myšlienka oslovila toľko Slovákov a dúfame, že na Slovensko prinesie pozitívnu zmenu, uvedomenie si vzťahu k alkoholu a v konečnom dôsledku možnosť žiť zdravší život.“*

O ten sa spolu s kampaňou snaží aj dlhoročný partner, Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnútra ČR: *“Je stále více lidí, kteří přijímají svou zodpovědnost za vlastní zdraví. Stále více lidí pracuje na tom, aby si udrželi dobrou fyzickou a psychickou kondici, stravují se zdravěji, sportují. Pro tyto lidi je Suchej únor především příležitostí, jak si ověřit, zda mají pití alkoholu pod kontrolou. Naše pojišťovna aktivní péči o vlastní zdraví podporuje, a proto podporuje i Suchej únor. Záleží nám na tom, aby se lidé o kampani dozvěděli a k výzvě se připojili,“* dodáva k téme **Denisa Kalousková za ZP MV ČR**, ktorá sa ku kampani v ČR ako partner pripája už tretí rok.



Pozitívny efekt mesiaca na suchu: Pre polovicu účastníkov aj po roce

Suchý február umožňuje účastníkom dať si na jeden mesiac odstup od alkoholu. Vďaka tomu môžu zistiť ako veľmi majú svoje pitie pod kontrolou, ako ovládajú alkohol a do akej miery alkohol ovláda ich. Z výsledkov [Testu nezávislosti](#) v ČR, vytvorenom v spolupráci s NUDZ **vyplývalo zo vzorky 583 dopytovaných účastníkov, že aj 1 rok po akcii znížilo svoje pitie viac ako 48,5 % respondentov.** 33 % Sušičov bolo podľa nástroja AUDIT-C zaradených do rovnakej kategórie ako v roku 2020 a len u 18,5 % ľudí došlo behom roka k zhoršeniu v pití alkoholu.

Čo prináša Suchý február jeho účastníkom?



Čistá
hlava
78%



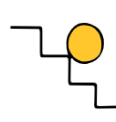
Osobná
hrdosť
86%



Lepší
spánok
58%



Viac
energie
58%



Kilá
dole
35%



Obmedzenie
fajčenia
44%



Vďačná
peňaženka
59%



Pre médiá, partnerov a firmy

Kompletný [PRESS KIT](#) na stiahnutie

- Logá a grafika kampane
- Tematické články
- Plagáty na verejné priestory
- [Dopad kampane 2020](#) v ČR

Petr Freimann, koordinátor kampane
petr@suchejunor.cz, +420 721 530 199

Kontakt pre SR: Klára Dzúriková
klara@suchyfebruar.sk

Viac informácií nájdete na
www.suchyfebruar.sk



PARTNERI KAMPANE SUCHEJ ÚNOR 2021 A SUCHÝ FEBRUÁR 2021



ZÁŠTITU A PARTNERSTVO POSKYTLI TIETO INŠTITÚCIE



ANOTÁCIA KNIHY

- **Suchej únor: 28 dôvodov, prečo ochutnať čistokrvný život**

- 416 strán, Suchej únor, 2021, populárne-náučná / osobný rozvoj / zdravie / psychológia /

V 28 príjemne odľahčených kapitolách predstavujeme alkohol vo všetkých jeho spoločenských rovinách. Či už je to spánok, sex, šport, práca, výchova detí, zdravie, liečba, umenie alebo alkohol za volantom.

416 stránok destilovaného umu dopĺňajú tematické rozhovory s českými osobnosťami športovcami, spevákmi, odborníkmi, psychológmi a terapeutmi, rovnako ako množstvo úprimných ľudských príbehov a 110 ilustrácií. O zábavu na triezvy mesiac sme sa postarali. Sucho!

| 28 TEMATICKÝCH KAPITOL | 72 OSOBNOSTÍ |
| ALKOFAKTY | ROZHOVORY | PRÍBEHY |



[instagram.com/suchyfebruar/](https://www.instagram.com/suchyfebruar/)
[facebook.com/suchejunor/](https://www.facebook.com/suchejunor/)



www.suchyfebruar.sk