



Děkujeme vám za podporu zdravotně-osvětové kampaně Suchej únor

Kompletní [PRESS KIT KAMPANĚ 2021](#)

Grafika | foto | [TZ](#) | Plakáty atd...

Připravili jsme pro vás několik tematických článků.

Mají stejný úvod a závěr, **střední pasáže jsou zaměřeny na:**

1. Obecný článek o kampani
2. Rodičovství
3. Sex a vztahy
4. Volant
5. Generace Z
6. Násilí

- Na konci každého článku je rovněž připravený prostor pro uvedení našeho partnerství, vaší záštity atd... Budeme rádi i za vložení odkazů **na sociální síť**.
- V případě dalších úprav textu vás **prosíme o jejich autorizaci**.



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



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

www.suchejunor.cz

28 důvodů pro čistokrevnej život.

Dát si svoje lepší já?

V únoru proběhne již devátý ročník tradiční kampaně, která pomáhá široké veřejnosti prověřit její vztah k alkoholu a změnit zaběhlé návyky. Loňského ročníku se podle průzkumů zúčastnilo až 9 % dospělé populace. Rok 2021 přináší zásadní změnu - knihu *Suchej únor*, která na 416 pečlivě vydestilovaných stranách představuje alkohol ve všech jeho společenských rolích.

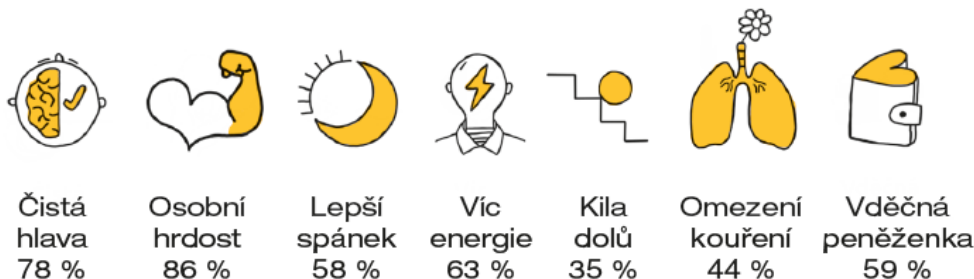
| 72 OSOBNOSTÍ | 28 TEMATICKÝCH KAPITOL | ALKOFAKTA | ROZHOVORY | PŘÍBĚHY |

Hokejista Patrik Bartošák, psychologové Pavel Rataj nebo Ilona Preslová, spisovatel Josef Formánek, primář Petr Popov, koučka Janka Chudlíková, záchranář Honza nebo muzikant Petr Fiala patří mezi **72 českých osobností**, odborníků, novinářů a neobyčejných lidských příběhů, jež dali vzniknout knize, která ve [28 kapitolách](#) představuje alkohol s lehkostí i vážností – ve všech jeho společenských rolích. Ať už je to spánek, sex, sport, práce, výchova dětí, zdraví nebo alkohol za volantem.

“Naše kniha z vás abstinenty neudělá – není to ani jejím cílem. Má být lidem především inspirací k příjemné sebereflexi a můžeme se díky ní ledacos dozvědět. Nejen o alko-problematice, ale hlavně o sobě. Kniha má jediný cíl – abychom všichni znali upřímnou odpověď na jednoduchou otázku: „Ovládáme my alkohol, nebo alkohol ovládá nás?“ popisuje smysl knihy Petr Freimann, ředitel neziskové organizace *Suchej únor*, na jejíž stránkách je možné knihu získat a podpořit tak kampaň.

Co přinese *Suchej únor* jeho účastníkům?

Suchej únor se stal kampaní za „čistokrevnej život“, která pro mnoho účastníků neznamena jenom měsíční detox od alkoholu, ale celkovou očistu spojenou se zdravým životním stylem a chutí udělat pro sebe něco smysluplného. Stejně jako inspirovat ostatní. Že lidem střízlivost zachutná, dokládá i [53 % účastníků](#), kteří v dotazování po čtyřech měsících potvrzují dlouhodobé zvolnění v konzumaci alkoholu. Často proto, že jim *Sucháček* otevřel oči a pomohl k příjemné sebereflexi. Takhle si totiž můžeme libovat všichni:



Pozitivní kampaň ale také reaguje na skutečný problém. Alkohol je každodenním společníkem našich životů, opojný nápoj plný radosti i droga, ve které se rozpustila nejedna dobrá duše. A právě díky kampani *Suchej únor* ve

společnosti víc a víc rezonuje otázka: Proč vlastně pijeme? Šest lidí z deseti má ve své blízkosti někoho, kdo v souboji s alkoholem tahá za kratší konec. Sucháčem tak promlouváme k sobě, ale i k lidem okolo nás.

Suchej únor je plný příběhů i dat o alkoholu a jeho roli v našich životech i v celé společnosti. Přispívají do něj účastníci Sucháče, lékaři a terapeuti, adiktologové, novináři, české osobnosti, vyhlášené restaurace a bary, studenti a také lidé, kteří s alkoholem sami bojují. Těm všem za to patří velký dík. Každý tento příběh totiž pomáhá šířit tu jedinou podstatu Suchýho února. Pomoci zjistit nám – a stále více i těm okolo nás – kdo koho tady ovládá.

„Ovládáme my alkohol, nebo alkohol ovládá nás?“

Suchej únor nechce prohibici, ani nebojuje proti alkoholu jako takovému. Je to osvětová kampaň za zdravější a uvědomělejší život, do kterého patří i (zpravidla) umírněná konzumace. Je založená na skutečném problému, který v Česku máme. Tím je neúměrně vysoká spotřeba alkoholu a s ní spojené negativní důsledky. Čísel je tato kniha plná, nechme tak na úvod zaznít alespoň tato čtyři platná pro Českou republiku:

- 6 % celkové úmrtnosti v Česku jde na vrub alkoholu
- Podle českých dat je u nás přes 1 milion lidí za hranou rizikového pití
- Podle WHO vypijeme 14,4 litru čistého lihu na osobu a rok – po odečtení spotřeby turistů
- 56 miliard jsou společenské náklady související s nadměrnou spotřebou alkoholu

„Hurvajs, musíš si umět poručit.“
„Což o to, tatuldo, já si poručím, jenže já se neposlechnu.“



Není to jen o nás a SHD

Suchej únor nemá za cíl udělat z nás abstinenty – to bychom celé tři roky nesměli požit ani kapku alkoholu. Ale víme, že je kolem nás spousta těch, kteří problém s alkoholem reálně mají, a že je prostě dobře tato témata otevírat. V práci, doma, mezi kamarády, ve škole. Jsme zároveň přesvědčeni, že pozitivní kampaň, která lidi baví a motivuje, je účinnější než lecjaká regulace nebo represe. A proto k zapojení do kampaně a šíření její myšlenky vyzýváme i každého z vás. Alkohol se totiž nemusí týkat jen nás, ale také lidí okolo nás, kvůli nimž se stáváme něčím jako „pasivními kuřáky“, tedy spíš konzumenty alkoholových excesů. Říká se tomu SHD – second-hand drinking (pití z druhé ruky). Když například pije náš rodič a na nás to negativně dopadá. Nebo když pije náš kamarád, kolega nebo zaměstnanec. Věříme zkrátka, že se vám měsíční abstinence stane užitečnou životní zkušeností, po které budete vědět, že i kdybyste strávili příjemný večer s dvojkou dobrého vína, budete vědět, že byste to zvládli i s bylinkovým čajem.

**Poznejte nový rozměr střízlivosti
na stránkách www.suchejunor.cz.**



9 let na Suché vlně, 86% spokojenost Sušičů

Suchej únor každoročně reaguje pozitivní výzvou na nelichotivé statistiky, podle kterých se přes **1 000 000 Čechů pohybuje za hranou rizikového pití**. Z výzkumu, který zpracovala agentura Nielsen Admosphere, vyplývá, že se v loňském roce povědomí o kampani vyšplhalo ze 47 na 58 % napříč českou populací. Účast pak deklarovalo přes **500 000 dospělých účastníků**.

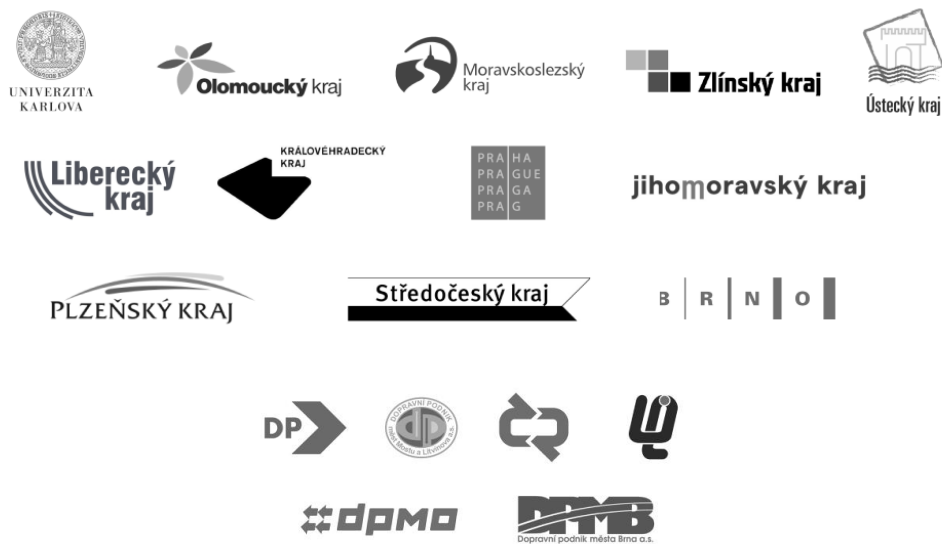
Kampaň bude letos na sociálních sítích spojovat hashtag **#insuchoveritas** a registrovaní účastníci se mohou kromě Suché knihy opět těšit i na uzavřenou skupinu na facebooku, kde mohou sdílet své zážitky, podporovat se a inspirovat. Knihu doplňuje 110 originálních ilustrací, citátů a spousta interaktivního obsahu, stejně jako soutěž o nejlepší nealko drink.

Odborná partnerství akci tradičně poskytují Národní ústav duševního zdraví (NUDZ), Klinika adiktologie 1. Lékařské fakulty Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice (KAD). Hlavními partnery ročníku 2021 jsou Kofola a Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR (ZPMV ČR). Kampaň realizuje Suchej únor, z. ú.

PARTNEŘI KAMPAŇE SUCHÉJ ÚNOR 2021



ZÁŠTITU A PARTNERSTVÍ POSKYTLY TYTO INSTITUCE



ANOTACE KNIHY (654 znaků)

- **Suchej únor: 28 důvodů, proč ochutnat čistokrevnej život**
 - 416 stran, Suchej únor, 2021, populárně-naučná / osobní rozvoj / zdraví / psychologie /
- Ve 28 příjemně odlehčených kapitolách představujeme alkohol ve všech jeho společenských rolích. Ať už je to spánek, sex, sport, práce, výchova dětí, zdraví, léčba, umění nebo alkohol za volantem.
- 416 stránek destilovaného nacheťření doplňují tematické rozhovory s českými osobnostmi, sportovci, zpěváky, odborníky, psychology a terapeuty, stejně jako spousta upřímných lidských příběhů a 110 ilustrací. O zábavu na měsíc střízlivosti jsme se postarali. Suše.
- | 28 TEMATICKÝCH KAPITOL | 72 OSOBNOSTÍ |
- | ALKOFAKTA | ROZHOVORY | PŘÍBĚHY |

