

REKOMENDACJE I OFERTA DZIAŁAŃ DLA PPS

Przygotowanie przez Central European Health Sp. z o.o.

1. Podsumowanie dotychczasowych działań prowadzonych przez ICŚ

3 października br. odbyła się w PAP konferencja prasowa inaugurująca raport „Inicjacja alkoholowa dzieci i młodzieży w Polsce – diagnoza problemu, przyczyny i konsekwencje”. Wzięli w niej udział eksperci zaangażowani w tworzenie raportu: dr Janusz Krupa - prezes ICŚ, socjolog Janusz Sierosławski, psycholożka Karolina Krzysik-Klemanów, badaczka Iga Zalewska i dr Jerzy Gryglewicz (łączenie online na żywo). Konferencja odbyła się w formule hybrydowej, streaming video na żywo prowadzony był również na fanpage'u ICŚ na FB (21.400 obejrzeń), zaś relacja z wydarzenia na bieżąco prowadzona na X na profilach ICŚ oraz serwisu medicalpress.pl.

Po konferencji setki audio/video z ekspertami zostały nagrane przez dziennikarzy radiowych, PAP i Super Express, do mediów wysłany został pierwszy materiał prasowy i depesza PAP. Następnie umawiane były wystąpienia ekspertów w wybranych stacjach radiowych i telewizyjnych: Polskie Radio, radio Zet, TVN24 oraz wPolsce24 TV.

W efekcie przeprowadzonych działań komunikacyjnych dot. raportu do dnia 14 października ukazały się 104 publikacje i emisje nawiązujące do raportu i jego kluczowych przekazów (w tym blisko 60 w radiu i TV), których zasięg wg IMM wyniósł 3,4 mln odbiorców, a AVE 1,28 mln zł. Szczegółowe zestawienie i linki do publikacji znajdują się w podsumowaniu przesłanym w dniu 14 października.

W ramach przygotowanych przez ICŚ działań komunikacyjnych dot. raportu w opracowaniu jest obecnie drugi materiał prasowy do mediów (dystrybucja w październiku) oraz zaplanowany został trzeci materiał (dystrybucja nie później niż w 1. poł. listopada). W obu wypadkach chcemy również wykorzystać serwisy PAP.

Wydrukowane raporty wraz z listem od Prezesa ICŚ zostały przesłane do wybranej listy decydentów (działanie realizowane przez Kancelarię).

2. Aktualny kontekst społeczny i polityczny

Inauguracja raportu wpisała się w momentum nasilonej dyskusji nt. alkoholu i nieletnich oraz szerzej – dostępności napojów alkoholowych w Polsce, wywołanej przez aferę z „alko-tubkami”. W reakcji na aferę resort zdrowia zapowiedział projekt nowelizacji UWT, który jest obecnie przedmiotem dyskusji w mediach. Projekt znalazł się kilka dni temu w wykazie prac legislacyjnych RM i zakłada następujące zmiany:

- zakaz sprzedaży napojów alkoholowych o pojemności do 300 ml w opakowaniach innych niż szkło lub puszka;
- regulacje dot. wyglądu opakowania napoju alkoholowego, aby nie było możliwości pomylenia go z innym produktem spożywczym;
- zakaz sprzedaży alkoholu pod postacią inną niż płynna;
- nałożenie obowiązku na sprzedawców odmowy sprzedaży alkoholu, jeśli kupujący nie jest w stanie wykazać się dokumentem potwierdzającym pełnoletniość oraz obowiązek żądania takiego dokumentu w sytuacji wątpliwości co do wieku kupującego.

Minister Leszczyna zapowiedziała, że chciałaby, aby projekt nowelizacji UWT został uzupełniony o kolejne zapisy: zakaz nocnej sprzedaży napojów alkoholowych na stacjach benzynowych, zakaz sprzedaży alkoholu przez Internet oraz zakaz promocji cenowych alkoholu. Wiceminister Zdrowia Wojciech Konieczny twierdzi, że „sprzedaż alkoholu przez Internet sprzyja zachowaniom impulsywnym”. Do dodatkowych zakazów zaproponowanych przez MZ zastrzeżenia zgłosił Minister Krzysztof Paszyk (PSL) z resortu rozwoju i technologii.

Na ten moment nie ma zgody w rządzie co do zakresu nowelizacji UWT. Wydaje się jednak, że otwarcie UWT jest przesądzone, co stwarza warunki do podważenia zasadności zapisów art. 10 oraz ograniczenia swobód marketingowych sektora piwowarskiego. Na tym powinny skupić się działania ICŚ w kontekście podjętego tematu inicjacji alkoholowej nieletnich.

Jednocześnie w mediach wybrzmiewa mocno głos specjalistów ds. uzależnień, w tym byłego szefa PARP'y Krzysztofa Brzózki oraz różnych aktywistów społecznych, jak Jan Śpiewak czy Olga Legosz. Większość z nich (poza Olgą Legosz), w swoich wypowiedziach skupia się na trzech kwestiach: problem małpeł, cena minimalna na alkohol i ograniczenie jego dostępności fizycznej (jak nocna prohibicja). Jedynie Olga Legosz apeluje o zakaz reklamy piwa – jej petycja zebrała ponad 20 tys. podpisów online, rozpoczęła kampanię „Piwo to też alkohol”. W naszej ocenie warto by było przekierować uwagę tej grupy liderów opinii na kwestię powszechnej dostępności i widoczności piwa, które jest napojem inicjacji alkoholowej nieletnich. ICŚ powinien w tym zakresie budować szerokie sojusze dla poparcia swoich postulatów.

3. Planowane działania

Tak długo, jak długo trwają prace nad nowelizacją UWT, tak długo „piłka jest w grze” i realne możliwości wpływania na kształt nowelizacji, poprzez komunikację bezpośrednią i w mediach - na opinie decydentów na wszystkich etapach procesu legislacyjnego. Tym bardziej, że projekt nowelizacji jest projektem rządowym, zatem przejdzie przez konsultacje społeczne oraz prace w komisjach obu izb Parlamentu.

Raport ICŚ nr 2

„Jak opóźnić wiek inicjacji alkoholowej nieletnich w Polsce? Rekomendacje w zakresie wdrażania polityk ochrony nieletnich przed alkoholem”. Dokument ma być kontynuacją raportu nr 1, w której zawarte zostaną konkretne rozwiązania w obszarze edukacji i legislacji. Zweryfikowane założenia i konspekt raportu zostały przedstawione PPS 13 września br. i ich akceptacja jest obecnie sprawą priorytetową, jeśli raport ma ujrzeć światło dzienne jeszcze w tym roku, co byłoby pożądane zarówno z uwagi na proces legislacyjny noweli UWT, jak i dwa wydarzenia odbywające się na koniec listopada br., na których warto byłoby zaprezentować wnioski z obu raportów (nawet jeśli raport nr 2 nie będzie ukończony).

Na potrzeby tej publikacji chcielibyśmy zamówić dokładną analizę medialną obecności reklam piwa w TV za ostatnie 3 lata (ilość godzin emisji reklam piwa, z wydzieleniem, o ile będzie to możliwe, reklam piwa 0%) oraz analizę obecności piwa na reklamach OOH i DOOH (tu będzie możliwość wskazania SOV piwa). Dodatkowo, rekomendujemy zadanie 2 pytań w badaniu opinii typu Omnibus na reprezentatywnej próbie Polaków 18+ (N= 1000 +), z kafeterią wybranych przez nas odpowiedzi:

- 1) Jakie działania wg Pana/Pani opinii mogą przyczynić się do opóźnienia wieku inicjacji alkoholowej wśród nieletnich?
- 2) Jakie działania wg Pana/Pani opinii mogą przyczynić się do ograniczenia nieletnim dostępu do alkoholu?

Analizy medialne oraz głos opinii publicznej pozwolą nam wzmocnić argumentację dla prowadzonej przez ICŚ narracji.

Inauguracja raportu nr 2

Na chwilę obecną nie planujemy konferencji prasowej z tej okazji, jedynie informację prasową dystrybuowaną do mediów + umawianie ekspertów do mediów + wsparcie depesz PAP.

Rekomendujemy również przedstawienie wniosków z raportu podczas debaty na **I Kongresie Zdrowia MedOnet** w ramach bloku paneli dotyczących profilaktyki. Kongres odbędzie się 20 listopada br. w Centrum Olimpijskim. W Radzie Programowej kongresu zasiada Prof. Andrzej Fal. Kongres zgromadzi przedstawicieli środowiska akademickiego, biznesu (medycyna i farma) oraz przedstawicieli rządu i samorządów.

Istnieją dwie opcje uczestnictwa ICŚ w wydarzeniu – własna debata / panel dyskusyjny dotyczący inicjacji alkoholowej nieletnich lub też uczestnictwo eksperta ICŚ w panelu o tematyce dot. profilaktyki zdrowia wśród nieletnich. Program Kongresu jest nadal w fazie opracowywania, MedOnet jest pod tym względem elastyczny, a możliwości udziału są uwarunkowane jedynie kosztami.

Drugim wydarzeniem, na którym chcielibyśmy zaprezentować wnioski z raportu jest **VII Międzynarodowy Kongres Polskiego Towarzystwa Zdrowia Publicznego: Profilaktyka – Wielka Inwestycja Zdrowia Publicznego**, który odbędzie się w dniach 27–28 listopada br. w sali konferencyjnej MSWiA - Państwowego Instytutu Medycznego na ul. Wołoskiej. Jest to wydarzenie, które prof. Andrzej Fal firmuje swoim nazwiskiem jako prezes PTZP. Kongres zgromadzi ekspertów, przedstawicieli rządu i instytucji medycznych. Przestrzenią do prezentacji wniosków z raportów ICŚ jest debata dotycząca filarów profilaktyki z udziałem przedstawicieli Ministerstwa Zdrowia, Finansów, Edukacji oraz GIS.

Podczas obu wydarzeń powinniśmy zapewnić materiały do dystrybucji dla wybranych uczestników:

- wydrukowane raporty nr 1
- wydrukowane raporty nr 2 lub one-pagery z głównymi wnioskami
- prezentację do wyświetlenia

Dalsze kroki i dotarcie do decydentów

1. Prezentacja wniosków z raportu i rekomendacji podczas dedykowanych posiedzeń Komisji Zdrowia (w Senacie i w Sejmie lub tylko w jednej izbie) – termin do ustalenia z Przewodniczącymi Komisji, udział prezesa i wybranych ekspertów ICŚ na obu Komisjach
2. Dystrybucja raportu nr 2 do wybranej listy decydentów, jak w przypadku raportu nr 1, wraz z listem od Prezesa ICŚ.
3. Umawianie indywidualnych spotkań.
4. Do dyskusji – współpraca z Olgą Legoszą i wykorzystanie jej petycji celem wzmocnienia narracji ICŚ w sprawie ograniczenia / zakazu reklamy piwa.

Sprzedaż alkoholu przez Internet + spotkanie u RPD

Sprzedaż alkoholu przez Internet zwiększa dostępność do alkoholu, ale nie zwiększa jej dla osób niepełnoletnich, jeśli wprowadzone zostaną odpowiednie narzędzia weryfikacji wieku kupującego podczas zakupu i odbioru zakupów. Zakładamy, że pomysł na takie narzędzia jest i jest on skuteczny. Doświadczenia innych rynków UE pokazują, że e-commerce nie powoduje wzrostu konsumpcji – pomimo dostępności tego kanału sprzedaży konsumpcja per capita na tych rynkach spada. Tezę tę trzeba jednak zweryfikować, bo prezentacja dr Obłąkowskiej prezentuje wyniki do 2019 roku, a badania post-pandemiczne wskazują na trend wzrostowy w konsumpcji i obwiniają za ten wzrost właśnie e-commerce. To oznacza całkowite przemodelowanie tej prezentacji i np. skupienie się na wskaźnikach dot. tylko niepełnoletnich. Rekomendujemy, aby rozmowy w tym obszarze kontynuować z dr Obłąkowską, bo jest ekspertką, która zgłębiała ten temat właśnie w tych aspektach. Naszym zdaniem warto też odnieść się do zarzutu Wiceministra Koniecznego, który twierdzi, że „sprzedaż alkoholu przez Internet sprzyja zachowaniom impulsywnym”. Wydaje się, że jest zupełnie odwrotnie – zakupy przez Internet są planowane, produkt nie trafia do kupującego tego samego dnia (o ile nie jest to zamówienie z gastronomii), nie zaspokaja więc „impulsowej” potrzeby na napoje alkoholowe. Warto by było zapytać respondentów Omnibusa w jakich sytuacjach kupowaliby napoje alkoholowe przez Internet plus dodatkowo poprosić o komentarz eksperta z IAB.

Niezależnie od tych rozważań, uważamy, że większe szanse na zalegalizowanie sprzedaży alkoholu przez Internet są poprzez dialog z Ministrem Paszykiem i posłami PSL. Grupa przedsiębiorców, dla których ten kanał sprzedaży jest ważny, a oni są ważni dla PSL to lokalni producenci nalewek, okowit i wódek, winiarze (polscy), producenci cydru, browary kraftowe oraz dystrybutorzy niszowych i droższych trunków. Tu rekomendujemy zbudowanie szerokiej koalicji organizacji zrzeszających różnych producentów napojów alkoholowych, jak Polska Rada Winiarstwa, Polski Instytut Winorośli i Wina, Stowarzyszenie, Browarów Rzemieślniczych, Fundacja na Rzecz Rozwoju i Promocji Winiarstwa „Galicja Vitis”, Stowarzyszenie Polskie Cydru Autorskie, Stowarzyszenie Polskie Destylaty Rzemieślnicze i in. oraz pójście z postulatami do Ministra Paszyka zalegalizowania sprzedaży przez internet z jednej strony, z

drugiej - z propozycją skutecznej ochrony nieletnich i weryfikacji wieku przy sprzedaży napojów alkoholowych przez Internet. Taka inicjatywa była już raz podjęta za czasów rządów PIS w pierwszym roku pandemii, nie zapewniała jednak rozwiązań chroniących nieletnich. Zbudowanie koalicji, uzgodnienia i wypracowanie postulatów zajmie ok. 2 miesiące pracy.

5. Inne działania dla PPS

Mamy ponad 20 lat doświadczenia we współpracy z organizacjami zrzeszającymi producentów żywności i napojów, w tym 20 lat pracowaliśmy dla sektora piwowarskiego (współpraca zakończona w lutym 2024 r.), od kilku lat współpracujemy też z PFPŻ w ramach stworzonej przy Federacji Fundacji „Żywność, Aktywność Fizyczna i Zdrowie”, Polską Izbą Żywności Ekologicznej, Polską Federacją Mleka (PFHBIPM) oraz organizacjami hodowców i przetwórców mięsa i ryb.

Przez te wszystkie lata, obejmujące schyłek rządów SLD, pierwszy rząd PIS, dwie kadencje rządu PO-PSL, dwie kadencje rządów PIS i kolejny rząd koalicyjny Donalda Tuska zdobyliśmy unikalne doświadczenia, know-how i warsztat, wspierając organizacje branżowe w działaniach public affairs, public relations, community relations, kampaniach edukacyjnych, działaniach CSR, inicjatywach podejmowanych ze związkami zawodowymi, organizacji konferencji, kongresów branżowych, seminariów, współpracy z gminnymi komisjami ds. rozwiązywania problemów alkoholowych, ośrodkami akademickimi, instytutami badawczymi, agendami rządowymi oraz licznymi think-tankami i organizacjami otoczenia biznesu.

Dlatego chcielibyśmy zaproponować Państwu współpracę szerszą, która obejmie stałe doradztwo, analizę, planowanie, reagowanie i realizowanie działań we wszystkich obszarach związanych z budowaniem pozycji i wizerunku PPS oraz całego sektora spirytusowego. Widzimy potencjał w rozwoju i skoordynowaniu działań tak, aby skuteczniej realizować cele strategiczne branży, np.

- znaczenie ekonomiczne sektora – niewykorzystany potencjał komunikacyjny raportu wpływu, brak regularnej komunikacji na temat kondycji branży, wyników rocznych, wpływów budżetowych etc.
- prezentowanie stanowisk w sprawach ważnych dla sektora i całego rynku alkoholowego;
- budowanie partnerstw i sojuszy wokół wspólnych postulatów;
- budowanie działań CSR w odniesieniu do wyznaczonych celów strategicznych, z uwzględnieniem kontekstu społecznego i politycznego.

Uważamy, że głos branży spirytusowej powinien być słyszalny i słuchany, nie tylko w mówieniu o piwie, a taki jest właśnie odbiór: „spirytusy mówią o piwie, a piwo mówi o sobie”.

Szczegółowe rekomendacje i ofertę w tym zakresie będziemy mogli przedstawić po briefingu z Państwem, na którym poznamy cele i założenia strategiczne PPS.

6. Oferta kosztowa działań

Lp.	Działanie Listopad 2024 – Grudzień 2025	Koszt netto
1	Dalsze działania komunikacyjne dot. Raportu nr 1 (dwie informacje prasowe, wsparcie PAP) - kontynuacja działań zgodnie z dotychczasową ofertą i umową z Kancelarią	30 000

2	Opracowanie Raportu nr 2 (tekst, narracja, opracowanie graficzne)	100 000
3	Budżet na ekspertów (udział w raporcie, udział w spotkaniach z decydentami, na konferencjach, kongresach) - 5 osób	50 000
4	Analiza mediowa reklamy piwa w TV i OOH/DOOH za ostatnie 3 lata (opracowanie danych Kantar Media przez dom mediowy)	10 000
5	Opracowanie, koordynacja i realizacja badań Omnibus	20 000
6	Media relations związane z Raportem nr 2	14 000
7	Przygotowanie i koordynacja uczestnictwa ICŚ w 2 Kongresach, opracowanie materiałów, briefing ekspertów, moderatorów.	25 000
8	Koszty uczestnictwa z panelem w Kongresie Zdrowia MedOnet - do potwierdzenia z Redaktor Naczelną MedOnet po jej powrocie z EFNI	tbc, minimum 40 000
9	Koszty uczestnictwa w Kongresie PTZP - do potwierdzenia z prof. Falem po uzyskaniu zielonego światła na kontakt z nim w tej sprawie	tbc.
10	Komunikacja w SOME - raport nr 2 (FB, Li, X), relacje na żywo z Kongresów na X (+ wsparcie reklamowe na X dla zwiększenia zasięgu)	15 000
11	Organizacja 2 spotkań Komisji Zdrowia w Sejmie i Senacie, dedykowanych inicjacji alkoholowej nieletnich	
12	Przygotowanie ekspertów i materiałów na Komisje Zdrowia	10 000
13	Druk raportów - 150 szt., przygotowanie listów i wysyłka do decydentów	15 000
14	Budowanie sojuszu na rzecz legalizacji e-commerce dla alkoholu, opracowanie postulatów, przygotowanie na spotkanie z Min. Paszykiem (2 miesiące pracy)	40 000
15	Koordynacja działań za które odpowiada ICŚ, kontakt z ekspertami (dot. raportów, konferencji) follow-up, bieżące kanały SoMe.	12 000 miesięcznie

