

Suchej únor začíná. Vydá se 1 000 000 Sušičů #suchoucestou?

15.1.2024 - Petr Freimann | Ministerstvo zdravotnictví ČR

Suchej únor 2024 spustil registrace. Letos proběhne kapku jinak. Láká na interaktivní výstavu v Arkádách na Pankrác a na AI bytost. Pro sušiče připravil bylinkový únorový kalendář a batoh, který nastartuje zdravější životní styl. Letos chce oslovit více jak milion lidí.

PRESS KIT | SOCIAL KIT | DOPAD | WEB | ČLÁNEK

petr@suchejunor.cz | 721 530 199

Kampaň Suchej únor, ke které se podle průzkumu ResOLUTION Group a Nielsen každoročně hlásí kolem 900 000 lidí, právě odstartovala registrace do 12. ročníku. Pro letošek připravili organizátoři z neziskové organizace Suchej únor nejedno překvapení.

„Chceme navázat na předchozí úspěšné ročníky, ale chystáme i řadu novinek. Suchej únor letos nebude jen o měsíci na suchu. Pro zapojené Sušiče máme připravenou celou řadu příležitostí bavit se i bez alkoholu a benefitů v podobě on-line tréninků, netradičních receptů, zajímavých webinářů, které jim pomohou zatočit s nudou a zároveň umocní únorovou proměnu,“ říká Martina Bulánková, vrchní kampaně Suchej únor.

Do kampaně se tradičně zapojuje řada partnerů napříč společnostmi v čele s Ministerstvem zdravotnictví, Ministerstvem vnitra, školství. *„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,“* říká ministr zdravotnictví Vlastimil Válek.

SUCHOU CESTOU!

Heslo letošního ročníku zní **Suchou cestou**. K jejímu úspěšnému zdolání organizátoři sušičům nabalí **online batoh plný benefitů, slev a zábavy na doma**. Na Sušiče v rámci registrace čeká měsíční předplatné na O2 TV, Kalorické tabulky, online cvičení na platformě Fitshaker či cvičení, recepty a webináře od influencerů. Sušiči budou mít i ViP příležitost ochutnat novinku v podobě chmelené kombuchy od Lok Loku, a získat slevy na Pilulku, F.H. Prager, Bez kocoviny, JZT Ferments či Drink cans. **Registrace Sušičů** probíhá tradičně na stránkách www.suchejunor.cz, startuje na symbolických 29,- korunách.

Lákadlem je **únorový bylinkovo-čajový kalendář** naplněný českými čaji Leros s líbivými ilustracemi od Christiany Turečkové na téma únorové cesty Sušiče. Kalendář obsahuje na každý únorový den lahodný čaj od Lerosu a **QR kód se zajímavým multimediálním obsahem** na téma well-beingu. Myšlenku Suchého února je možné podpořit i patronstvím – finančním příspěvkem na sucho.

INTERAKTIVNÍ VÝSTAVA

NA TÉMA ALKOHOLU /fb event/

Sušiči se letos poprvé mohou s organizátory potkat na jedinečné interaktivní výstavě, která si klade za cíl ukázat, jaký vliv má alkohol na naše smysly, mysl i třeba bezpečnost v dopravním provozu. Návštěvníky výstavy čekají speciální **Lego roboti, virtuální realita**, nová **AI bytost** diskutující na témata alkoholu, zajímavé úkoly s využitím alkobrylí a spousta dalšího. Výstava proběhne od **25. do 28. 1.** v Magenta Experience Centru v OC Arkády Praha. V sobotu 27. 1. ve 14:00 proběhne také **autogramiáda** s ambasadory Suchého února, **Evou Burešovou a Jiřím Burianem**.

Jirka Burian je dlouhodobým fanouškem Suchého února a v rámci letošního ročníku představí i svou píseň Party people: **„Videoklip Party people je prvním singlem z mého dalšího sólového alba, které jsem pojmenoval „Heart Wins“ - Srdce vítězí. Celá deska vychází v březnu. Hlavním tématem jsou závislosti v různých formách, se kterými se většina z nás potýká a samozřejmě je to i částečně autobiografický song. Je o tom, jak lehce se dá všem démonům kolem nás podlehnout a jak s nimi můžeme bojovat nebo je krotit. Právě proto chci podpořit platformu a účastníky akce Suchej únor. Ta čistota je totiž opravdu fajn!”**

FIRMY, KTERÉ JDOU PŘÍKLADEM

Sučej únor bude letos velmi zajímavou volbou i pro firmy a instituce. Nová kampaň JDEME PŘÍKLADEM je cestou, jak být jako firma vidět, podpořit dobro, získat efektivnější zaměstnance a zároveň konkrétní ESG statistiky. Měřit vlastní společenskou odpovědnost (CSR) nebylo pro firmy nikdy snazší.

„V Seznamu se dlouhodobě věnujeme podpoře zdravého životního stylu. Letos jsme poprvé zrealizovali tzv. Týden duševní pohody složený z přednášek a workshopů. Kampaň Jdeme příkladem nám tedy velmi dobře zapadá do konceptu interního CSR,” říká Aneta Kapuciánová, manažerka PR a interní komunikace, Seznam CZ.

Vedle Seznamu jdou letos **příkladem firmy** jako Albert, Česká spořitelna, O2, Pilulka, T-Mobile. Z řad influencerů se na stranu sucha přidali Jiří Burian, Eva Burešová, Adéla Elbel, Marek Dvořák, David Kraus, Lucie Zelinková a další.

Sučej únor každoročně podporuje řada partnerů. I letošní ročník se koná pod záštitou Ministerstva zdravotnictví. Letos se přidala i Ministerstva vnitra a školství, Poslanecká Sněmovna parlamentu ČR, z krajů například Hlavní město Praha či Liberecký kraj. Kampaň podporují pojišťovny ZPMV a VZP, Policie ČR, Zásilkovna, Magenta Experience Centrum, ResOLUTION Group a Nielsen, Fitshaker, Kalorické tabulky i zástupci výrobců zajímavého nealka jako Lok Lok, F.H. Prager či Drink cans.

PLAKÁTY | SOCIAL POSTY | ČLÁNKY

ODBORNÍ PARTNEŘI KAMPANĚ SUCHEJ ÚNOR 2024

Informace o kampani

Sučej 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.

<https://www.mzcr.cz/tiskove-centrum-mz/suhej-unor-zacina-vyda-se-1-000-000-susicu-suchoucestou>