

Prazdroj se ptá lidí, co pro ně znamená jít „na jedno“ a na festivalech nabídne alкотestery

29.6.2026 - | Plzeňský Prazdroj

Plzeňský Prazdroj se začátkem letní sezóny zesiluje aktivity zaměřené na podporu zodpovědného a střídavého pití. Pivovar v červnu odstartoval s influencerem Patrikem Budayem osvětovou kampaň, v níž vysvětluje význam klasické české hlášky „jít na jedno“. Ve videích na sociálních sítích ukazuje, že jde především o výzvu k setkávání přátel bez nutnosti nadměrného pití. Na letní hudební festivaly pak opět přiveze alкотestery, které díky snadnému a rychlému testování umožní návštěvníkům lépe vyhodnotit aktuální kondici.

„Přístup Čechů k alkoholu se v posledních letech výrazně mění. Lidé žijí aktivněji, hledají zážitky a častěji řeší, co pijí, kolik toho vypijí a v jakém kontextu. Ukazuje se také, že pro řadu lidí jít takzvaně ‚na jedno‘ už neznámá touha po alkoholu, ale spíš potřebu být s lidmi, popovídat si nebo někam patřit,“ vysvětluje **Jolana Hájková, specialista sociální odpovědnosti v Plzeňském Prazdroji**. Odklon Čechů od alkoholu potvrzuje i aktuální studie Státního zdravotního ústavu.[1] Ta uvádí, že spotřeba čistého alkoholu na hlavu v Česku v roce 2025 meziročně klesla o 18 % na historické minimum 5,8 litru.

Plzeňský Prazdroj dlouhodobě nabádá k zodpovědné konzumaci a nyní se spojil s influencerem a učitelem skateboardingu Patrikem Budayem, který se v sérii krátkých rozhovorů ptá rozdílných dvojic, co pro ně znamená „jít na jedno“. Před kamerou postupně stanuly velmi různorodé páry s rozdílnými životními zkušenostmi, své názory tak sdílí například matka s dcerou, štamgast a výčepník nebo studentka a pracující. Kampaň ukazuje, že význam spojení „jít na jedno“ znamená pro každého vlastně něco jiného. A často jde spíš o společenské setkání nebo kontakt s přáteli než o samotný alkohol.

„Z reakcí respondentů je zřejmý sociální a společenský aspekt toho ‚jít na jedno‘. Je dobře, že jde primárně o to být s někým než pít s někým. Zpozornět bychom ale měli ve chvíli, kdy se z chození ‚na jedno‘ pro někoho stává pravidelný zvyk, jak třeba odbourat stres nebo se bavit, což je v české společnosti typické,“ říká **Otakar Veselý, odborník na závislost mladistvých a odborný garant projektu Respektuj 18**, který videa doplňuje svým komentářem. Jak ale ukazuje studie Státního zdravotního ústavu, v Česku pije alkohol o samotě pouze 10,6 % lidí. Pro většinu Čechů je zásadní společnost, nejčastěji tak pijí alkohol s rodinou či partnery (43,7 %), přáteli (40,1 %) nebo s kolegy z práce (5,1 %).

Myšlenka kampaně a její kreativní ztvárnění vycházejí z dílny Lafluence Agency, režie spotů se zhostil Jakub Oudes. Video poběží od druhé poloviny června do srpna na Instagramu @respektuj18. Od září pak bude kampaň pokračovat aktivací přímo v padesátce vybraných restaurací v Česku, kde se téma „jít na jedno“ objeví například na pivních táccích nebo rezervačních cedulkách.

Alкотestery podpoří odpovědné chování

V létě Prazdroj zvedne téma odpovědné konzumace i na velkých hudebních festivalech Beats for Love, Colours of Ostrava nebo Brutal Assault. Návštěvníkům nabídne praktickou možnost orientačně se otestovat pomocí alкотesterů AlcoForce, které jim během několika vteřin pomohou odhadnout aktuální hladinu alkoholu v dechu.

„Odpovědná konzumace není o zákazech. Před začátkem léta, kdy je zahrádková a festivalová sezóna v plném proudu, chceme bez moralizování ukázat, že odpovědnost začíná vlastním vědomým rozhodnutím a že jít na jedno neznamena jít se opít. Díky alкотesterům dáváme lidem praktický nástroj, který jim pomůže lépe odhadnout vlastní kondici, rozhodnout se vědomě a bezpečněji naplánovat návrat domů,“ uvádí Jolana Hájková. V průběhu letní sezóny budou alкотestery také v pražských Žlutých lázních a na nádvoří plzeňského pivovaru, kde v červenci a srpnu probíhá festival Léto v Prazdroji.

Prazdroj tak navazuje na loňskou aktivitu, kdy nabídl speciální digitální alкотestery návštěvníkům Colours of Ostrava. Během festivalu bylo provedeno více než 1 300 orientačních dechových testů, přičemž téměř 6 z 10 testovaných mělo alkohol v dechu. Dalších více než 1500 testů si během loňského léta vyzkoušeli hosté ve vybraných hospodách a restauracích po celém Česku. Právě tato zkušenost ukazuje, že lidé často vítají jednoduchý nástroj, který jim pomůže lépe odhadnout vlastní kondici a naplánovat bezpečný návrat domů.

Poznámka pro editory:

- *Plzeňský Prazdroj je zodpovědným výrobcem a prodejcem alkoholických nápojů. Dlouhodobě prosazuje odpovědnou konzumaci alkoholu a svým spotřebitelům doporučuje, aby přistupovali k alkoholu s rozvahou. Dospělým zákazníkům zároveň nabízí široké portfolio nealkoholických piv a pivních mixů různých příchutí, které získávají na oblibě. Kromě značky Birell zahrnuje nabídka i produkty Kozel Nealko a Peroni 0.0.*
- *Společnost je signatářem několika iniciativ podporujících odpovědnou konzumaci alkoholu, například International Alliance for Responsible Drinking, The Brewers of Europe nebo Etického kodexu Českého svazu pivovarů a sladoven. Plzeňský Prazdroj má také vlastní Kodex komerční komunikace, který stanovuje přísnější pravidla pro marketingovou komunikaci, než vyžaduje legislativa. Veškerá komunikace značky, jak alkoholických, tak nealkoholických produktů, je určena výhradně osobám starším 18 let. Problematické odpovědné konzumace se věnuje i prostřednictvím platformy **napivosrozumem.cz**, na kterou upozorňuje na všech obalech a propagačních materiálech.*
- *Kromě toho se Plzeňský Prazdroj věnuje i vlastní preventivní činnosti a vzdělávacím programům, které podporují odpovědný přístup k alkoholu u dospělých a zdůrazňují nutnost ochrany nezletilých před jeho konzumací. Dlouhodobě se angažuje v kampani **Respektuj 18!**, jejímž cílem je edukace dospělých o tom, jak s mladistvými na téma alkoholu hovořit. Na této iniciativě spolupracuje s Centrem protidrogové prevence a terapie a organizací Podané ruce. Plzeňský Prazdroj věří, že právě mezisektorová spolupráce je klíčem k efektivnímu řešení problémů spojených s užíváním alkoholu mladistvými.*
- *S exportem do téměř 50 zemí celého světa je Plzeňský Prazdroj lídrem mezi výrobci piva v regionu a největším exportérem českého piva.*
- *Plzeňský Prazdroj získal v roce 2025 v žebříčku aliance Byznys pro společnost TOP Odpovědná firma druhé místo v hlavní kategorii „TOP odpovědná velká firma“ a také první místo v oborové kategorii „TOP odpovědná firma v oblasti reportingu“ nebo druhé místo v kategorii „TOP odpovědná firma: Komunikace pro udržitelnost“.*
- ***Lafluence Agency** je česká marketingová agentura specializující se na influencer marketing. Zaměřuje se na propojování značek s relevantními influencery napříč různými platformami, zejména Instagramem, YouTube a TikTokem. www.lafluence.com*

[alkotestery](#)