

Trzeźwo Myślę na drodze, w górach i nad wodą

Nadeszło lato, a z nim 4. edycja edukacyjnego programu TRZEŹWO MYŚLĘ. Tradycyjnie w czerwcu Carlsberg Polska otwiera letni sezon na odpowiedzialną konsumpcję alkoholu. W tym roku kampanię wspiera zespół do zadań specjalnych – czwórka profesjonalistów, którzy doskonale wiedzą, jak bardzo trzeźwe myślenie jest ważne w codziennym życiu. W oparciu o swoje doświadczenia udzielą wskazówek, jak bezpiecznie korzystać z letnich rozrywek oraz czerpać z wypoczynku jeszcze więcej przyjemności.

W tym roku chętniej niż dotychczas będziemy odkrywać uroki naszego kraju. Jak wynika z raportu Polskiej Organizacji Turystycznej, aż 87 proc. z nas planuje podróże po Polsce, najczęściej w góry (34 proc.), nad morze (27 proc.) lub nad jeziora (16 proc.)¹. W wiele tych miejsc będziemy udawać się autem. Zawsze, w podróży czy podczas wypoczynku, najważniejsze jest bezpieczeństwo.

– Czwarta edycja kampanii TRZEŹWO MYŚLĘ przedstawia temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przez pryzmat wakacji i różnych form spędzania wolnego czasu. Lato kojarzy nam się z podróżami, wypoczynkiem nad wodą, wędrownkami po górach i odkrywaniem nowych miejsc. Zależy nam, aby każda wakacyjna przygoda była bezpieczna, dlatego będziemy zachęcać wszystkich dorosłych, a w szczególności wielbicieli pływania i sportów wodnych, amatorów górskich wędrowek, a także kierowców do odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz zachowania zdrowego rozsądku – powiedziała Małgorzata Janikowska, koordynator akcji z ramienia Carlsberg Polska.

Co łączy przewodniczkę, kierowcę ciężarówki i ratowników?

Do grona ambasadorów programu TRZEŹWO MYŚLĘ w tym roku dołączyli – Joanna Stępińska, przewodnik tatrzański, Iwona Blecharczyk, znana jako „Trucking Girl”, jedna z najbardziej popularnych Polek za kierownicą ciężarówki, Marcin Borkowski, ratownik medyczny i mistrz Europy w ratownictwie medycznym, a także Tomasz Draczyński, OSP Ratownictwo Wodne – Warszawa.

– Do współpracy zaprosiliśmy osoby, które na co dzień spotykają się z wieloma niebezpiecznymi zachowaniami m.in. nad wodą, w górach czy na drodze. W swojej pracy są oni odpowiedzialni nie tylko za siebie, ale też innych. Ich rady i wskazówki dotyczące bezpieczeństwa podczas wakacji mogą nam pomóc uniknąć wielu ryzykownych sytuacji i czerpać z wypoczynku więcej radości – dodała Małgorzata Janikowska, koordynator akcji TRZEŹWO MYŚLĘ.

¹ <https://www.pot.gov.pl/pl/nowosci/wiadomosci-z-pot/plany-wyjazdowe-polakow-badanie-pot>

INFORMACJA PRASOWA

Co przed nami?

Program TRZEŻWO MYŚLĘ, promujący odpowiedzialne spożywanie alkoholu, ma na celu uzmysłowić konsumentom, że trzeźwe myślenie i mocne stąpanie po ziemi przydaje się w codziennym życiu. Podkreśla również, że na każdym dorosłym spoczywa odpowiedzialność za siebie i innych. W tegorocznej edycji zaplanowano m.in. cykl materiałów poradnikowych z udziałem ambasadorów kampanii dotyczących bezpiecznego letniego wypoczynku, serię audycji poświęconych TRZEŻWEMU MYŚLENIU na drodze, w górach i nad wodą. Do końca września prowadzone będą również akcje angażujące konsumentów w kanałach własnych ambasadorów oraz Carlsberg Polska, a także działania media relations. Za koncepcję 4. edycji kampanii TRZEŻWO MYŚLĘ oraz jej przeprowadzenie odpowiada agencja ConTrust Communication.

ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu

Kampania społeczna TRZEŻWO MYŚLĘ wspiera realizację jednego z czterech celów strategii zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg „Together Towards Zero”, czyli ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Informacji udziela:

Beata Ptaszyńska-Jedynak
Dyrektor ds. komunikacji Carlsberg Polska
Tel. 602 411 680,
e-mail: Beata.Jedynak@carlsberg.pl

Carlsberg Polska jest jednym z trzech największych graczy na rynku piwa w Polsce. Carlsberg Polska warzy piwa najwyższej jakości, odwołujące się do przyjemnych i radosnych stron dorosłego stylu życia. Konsumentom mogą wybierać z szerokiej oferty wielokrotnie nagradzanych marek piw takich jak: Carlsberg, Okocim, Harnaś, Karmi, Kasztelan, Somersby, Grimbergen, Bosman oraz Piast. Piwa z grupy Carlsberg Polska warzone są w browarach o wieloletniej tradycji piwowarskiej – w Browarze Okocim w Brzesku (1845), Browarze Bosman w Szczecinie (1848), i Browarze Kasztelan w Sierpcu. Łączne zatrudnienie w Polsce wynosi ponad 1300 pracowników. Firma promuje odpowiedzialną konsumpcję alkoholu, angażuje swoich pracowników w wolontariat, na zasadach wzajemnego poszanowania współpracuje ze swoimi partnerami biznesowymi, działa na rzecz obiegu zamkniętego opakowań, a także odpowiedzialnie gospodaruje wodą i energią. Od 2015 roku firma jest dystrybutorem piwa Guinness. Carlsberg Polska należy do duńskiej Grupy Carlsberg działającej od 1847 roku.

Więcej informacji na: www.carlsbergpolska.pl oraz na profilach firmy:
[LinkedIn https://www.linkedin.com/company/carlsbergpolska/](https://www.linkedin.com/company/carlsbergpolska/)
[Facebooku https://www.facebook.com/CarlsbergPolska/](https://www.facebook.com/CarlsbergPolska/)



INFORMACJA PRASOWA

Zrównoważony rozwój w Grupie Carlsberg

Program zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg „Together Towards Zero” jest odpowiedzią na wyzwania takie jak zmiany klimatu, niedostatek wody i problemy dotyczące zdrowia publicznego. Program jest integralną częścią globalnej strategii SAIL’22 Grupy Carlsberg i składa się z czterech ambicji oraz odpowiadającym ich celów, które mają być osiągnięte do 2030 r., z okresem przejściowym w 2022 r. Te ambicje to: ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz kultura ZERO wypadków. Program określa, w jaki sposób Grupa realizuje swoją misję warzenia piwa dla lepszego dziś i jutra. Opiera się on na naukowym podejściu i jest zgodny z celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Więcej na temat zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg i jej celów na:
<https://www.carlsberggroup.com/#sustainability>