



#SustainHack

Kompania Piwowska

Odpowiedzialna konsumpcja alkoholu
jak nie szkodzić sobie i innym

**CEL 3: ZAPEWNIĆ WSZYSTKIM LUDZIOM
W KAŻDYM WIEKU ZDROWE ŻYCIE
ORAZ PROMOWAĆ DOBROBYT**

#SUSTAINHACK

01



Moją odpowiedzią na wyzwanie Kompanii Piwowarskiej jest proste działanie, którego wdrożenie nie wiąże się z wielkimi kosztami i reorganizacją pracy. Grupą docelową, do której ma zostać skierowana kampania są w dużej mierze kierowcy pojazdów, lecz nie tylko. Hasła pojawiające się na etykietach butelek mają uniwersalny przekaz i każdy spożywający alkohol znajdzie w nich zastosowanie.

ALKOSTOP

02

Zaproponowane przeze mnie rozwiązanie składa się z dwóch części.

Pierwsza część ściśle wiąże się z wizualizacją butelek wybranej marki piwa. Etykiety z hasłami głoszącymi umiar i rozwagę podczas spożywania alkoholu to pomysł łączący innowację i tradycyjną metodę komunikacji z konsumentami. Oprócz edukowania dorosłych i ostrzegania przed niebezpiecznymi konsekwencjami nadmiernego picia alkoholu, ta metoda bezpośrednio przypomina im o rozsądku. Jej zaletą jest także łatwość docierania do odbiorcy i kierowanie swoich ostrzeżeń do osób, które faktycznie w danej chwili będą zainteresowane spożywaniem napojów alkoholowych. Konieczny jest nowy, bardziej spersonalizowany sposób podejścia do tego problemu. Szczególnie kierowcy powinni posiadać umiejętność podejmowania świadomych wyborów. Ta kampania i działania mają na celu efekt utożsamiania się konsumentów ze sloganami, które budują nowy wizerunek i zmieniają ich podejście do kwestii spożywania alkoholu.

#SUSTAINHACK

03



ALKOSTOP

04

Poniżej znajdują się propozycje haseł, które mogłyby pojawić się na etykietach butelek.

- Jesteś tym, co pijesz
- Know your limits
- Limits are for the strong ones
- Pije odpowiedzialnie
- Podziel się odpowiedzialnością
- Umiem powiedzieć NIE
- Strażnik życia
- Bohater odpowiedzialności
- Pod kontrolą
- Trzeźwo myślę
- Prowadzę tylko w tańcu
- Mniej mogę więcej
- Dziś mam szofera
- Limity są dla odważnych
- Zawsze trzeźwy umysł
- Znam swoje limity

W hasłach pojawiły się także angielskie odpowiedniki, które ze względu na szerokie i zróżnicowane grono odbiorców mogłyby okazać się równie skuteczne.


**“CZASEM BY ŚWIAT POWIEDZIAŁ
CI TAK, TY MUSISZ POWIEDZIEĆ
SOBIE NIE”**

#SUSTAINHACK

05

ALKOFAKTY – CZEGO NIE WIESZ O ALKOHOLU

Kolejna część rozwiązania wiąże się z kapslami od butelek i zagospodarowaniu ich wewnętrznej strony. Na odwrocie mogłyby znajdować się ciekawostki i fakty o charakterze informacyjnym i alarmującym, które przestrzegałyby potencjalnych konsumentów przed brakiem umiaru w picu. Propozycja takich informacji znajduje się na grafikach.



**U KOBIET, KTÓRE PIJĄ ALKOHOL
W CZASIE CIĄŻY ZNACZNIE CZĘŚCIEJ
WYSTĘPUJĄ PRZEDWCZESNE
PORODY I PORONIENIA.**

1# ALKOFAKT

U kobiet, które piją alkohol w czasie ciąży znacznie częściej występują przedwczesne porody i poronienia.

#

**JEDZENIE PRZED I PODCZAS SPOŻYWANIA
ALKOHOLU SPOWALNIA JEGO DZIAŁANIE
I TYM SAMYM ŁAGODZI NEGATYWNY
WPŁYW NA ORGANIZM.**

2#ALKOFAKT

Jedzenie przed i podczas spożywania alkoholu spowalnia jego działanie i tym samym łagodzi negatywny wpływ na organizm.

"ALKOHOL TO SZTUKA. SZTUKA POLEGA JEDNAK NA TYM, ŻEBY PIĆ Z GŁOWĄ."

08

Te dwie propozycje działań mogą być tylko elementami większej kampanii. Dobrym pomysłem byłoby także stworzenie poradnika, jak przygotować się do imprezy i zapewnić bezpieczeństwo sobie i innym. Taka broszura mogłaby stanowić dodatek do zakupu większej ilości alkoholu, na przykład czteropaków. Pewnym rozwiązaniem byłoby również podjęcie współpracy z ambasadorem, który został by twarzą akcji.



Myślę, że ten swobodny i poniekąd humorystyczny sposób w postaci gry słownej i krótkich treści jest działaniem, które przyciągnie odbiorców, i co więcej zaangażuje ich w kampanie. Promocja asertywności w połączeniu z kreowaniem wartości może okazać się skuteczna i zapisać się w świadomości konsumentów.