

Sosnowiec, 14 września 2014 r.

KOMUNIKAT PRASOWY

**Kampania społeczna na rzecz ograniczenia rozmiarów zjawiska
sprzedaży napojów alkoholowych niepełnoletniej młodzieży
na terenie miasta Sosnowca:**

„Międzypokoleniowa Koalicja Nieobojętnych – w Sosnowcu”

Projekt realizowany jest na zlecenie Urzędu Miasta Sosnowca w ramach
Miejskiego Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych
w okresie od 21 lipca do 18 października 2014 r.

przez **Ogólnopolskie Stowarzyszenie „RoPSAN
– Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”**

„Międzypokoleniowa Koalicja Nieobojętnych” to nowa, oryginalna kampania społeczna, której głównym celem jest zdecydowane ograniczenie rozmiarów zjawiska sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim - „Naszym Dzieciom”. Wiemy jak wiele ryzykownych zachowań nastolatków jest bezpośrednio związanych z piciem alkoholu i upijaniem się. Wypadki drogowe, pobicia i rozboje, eksperymentowanie z narkotykami, niechciane doświadczenia seksualne i tysiące innych osobistych problemów, jakich doświadczają dorastający młodzi ludzie, czy to w relacjach z rodzicami, czy też rówieśnikami ma swoje źródło w picu alkoholu. Zdajemy sobie sprawę, iż cel, jaki sobie postawiliśmy wymaga zaangażowania różnych osób i środowisk, dla których ten problem jest naprawdę istotny. Są to przede wszystkim rodzice nastolatków, ich babcie i dziadkowie oraz nauczyciele, wychowawcy i pedagodzy pracujący z młodzieżą. **JAKO ODPOWIEDZIALNI DOROŚLI postanowiliśmy połączyć nasze siły i aktywnie zaangażować się w działania na rzecz ograniczenia dostępności alkoholu dla naszych dzieci i wnuków.**

Liczymy na pełne zrozumienie właścicieli i menedżerów sklepów, barów i kawiarni oraz ich gotowość do podejmowania przez nich interwencji wobec nieodpowiedzialnych pracowników, którzy sprzedając alkohol „młodym klientom” nie tylko łamią prawo ale także niszczą wizerunek i reputację firmy. Nie możemy czekać, aż wydarzy się kolejna tragedia, podobna do tej, jaka kilka miesięcy temu miała miejsce w Chełmnie (woj. kujawsko-pomorskie).

Ekspedientka, która bez sprawdzenia dowodu osobistego sprzedała alkohol niepełnoletniemu chłopakowi może teraz czuć się współodpowiedzialna za śmierć siedmiu nastolatków, którzy zginęli w wypadku samochodowym. Jego sprawcą okazał się nietrzeźwy nieletni kierowca (16-latek), któremu kilka godzin wcześniej sprzedała alkohol. Ta sytuacja wyraźnie pokazuje, jak dramatyczne mogą być konsekwencje nieodpowiedzialnych zachowań sprzedawców alkoholu. Nie wolno nam ich bagatelizować i biernie się temu przyglądać, bo kiedyś to nasze dziecko może znaleźć się w takim „feryalnym samochodzie”.

Pierwszym elementem wspomnianej kampanii było badanie „tajemniczego klienta” przeprowadzone w I dekadzie sierpnia br. diagnozujące rzeczywiste rozmiary zjawiska sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim. Projekt zrealizowano w 32 losowo wybranych sklepach na terenie miasta Sosnowca.

Prawie 80% sprzedawców w sklepach, w których przeprowadzono badanie było gotowych sprzedać alkohol „młodemu audytorom” nie pytając ich wcześniej o dowód osobisty (78%). Jedynie co piąta próba zakupu piwa (22%) zakończyła prośbą sprzedawcy o okazanie dowodu osobistego (*tak młodo pan/pani wygląda, czy mogę zobaczyć dowód osobisty?*), a wobec jego braku – odmową sprzedaży alkoholu.

Porównując różne kategorie placówek handlowych objętych badaniem „tajemniczego klienta” (małe sklepy osiedlowe, super i hipermarkety oraz sklepy na stacjach paliw) można stwierdzić, iż we wszystkich ww. placówkach uzyskane wyniki były podobne. Jako rodzice oraz babcie i dziadkowie nastolatków jesteśmy oburzeni i poruszeni skalą nieodpowiedzialności sosnowieckich sprzedawców. **Szczególnie trudno jest nam zrozumieć i wytłumaczyć fakt, iż w niemal ¾ sosnowieckich marketów (73%), które podobno tak duże znaczenie przywiązują do jakości i rzetelności obsługi klientów – sprzedawcy nie przestrzegają obowiązującego prawa i tym samym lekceważą nas Rodziców nastolatków i klientów tych sklepów.** Jesteśmy ogromnie rozczarowani nieodpowiedzialnością sprzedawców w sosnowieckim Carrefourze, Auchan, E.Leclercu, Stokrotce, Netto, Lidl (na ul. 1 Maja) i kilku Biedronkach (na ul. Braci Mieroszewskich i ul. Moniuszki). Podobnie negatywną opinię wyrażamy wobec wielkich sieci paliwowych – BP, Statoil i Shell. Na tych stacjach „naszym dzieciom” bez problemu sprzedawany jest alkohol.

Jedynym chlubnym wyjątkiem spośród objętych badaniem sosnowieckich stacji paliw okazała się stacja ORLEN przy ul. 11-go Listopada, gdzie sprzedawca od razu zażądał od „młodego audytora” okazania dowodu osobistego, a wobec jego braku – odmówił mu sprzedaży piwa. Słowa uznania należą się także menedżerom i pracownikom marketów ALDI, KAUFELD oraz LIDL (przy ul. Dmowskiego), w których sprzedawcy nie sprzedali alkoholu naszym „młodemu audytorom” prosząc ich wcześniej o okazanie dowodu osobistego.

W badaniu nie odnotowano żadnej różnicy pomiędzy próbami zakupu piwa dokonywanymi przez „audytora chłopaka” i „audytorkę dziewczynę”. Oboje „młodzi audytorzy” 4-krotnie zostali poproszeni o pokazanie dokumentu potwierdzającego ich pełnoletniość. W jednym przypadku sprzedawca mimo stwierdzonego braku dowodu osobistego był gotów sprzedać alkohol dziewczynie uczestniczącej w badaniu prosząc, aby następnym razem miała dowód przy sobie.

Wyniki przeprowadzonych badań jednoznacznie wskazują, iż problem sprzedaży alkoholu niepełnoletniej młodzieży w Sosnowcu jest naprawdę poważny i wymaga szerokiego spektrum działań, które mogłyby ograniczyć jego rozmiary w przyszłości.

To od nas **DOROSŁYCH ŚWIADKÓW SPRZEDAŻY** w znacznym stopniu zależy, czy sprzedawcy zmieniają swoje niechlubne przyzwyczajenia i zaczną powszechnie żądać okazania dowodów osobistych od młodych klientów. Część z nich robi to już dziś, niestety – jak pokazują badania - jest to mniejszość. Wielu sprzedawców, szczególnie tych młodych, często wstydzi się prosić młodego klienta o okazanie dowodu osobistego. Niektórzy podkreślają, iż czuli się bardzo niezręcznie, gdy okazało się, że klient, którego wylegitymowali miał ponad 20 lat. Skąd bierze się takie przekonanie? Czy troska o bezpieczeństwo naszych dorastających dzieci, którym czasem pod wpływem alkoholu mogą przyjść do głowy zaskakujące pomysły np. kąpiel w jeziorze, przejażdżka samochodem ze znajomymi lub spacer po balustradzie mostu – nie powinna być najważniejsza?

W najbliższym czasie do wszystkich właścicieli i menedżerów sosnowieckich sklepów, w których podczas wspomnianego badania sprzedawcy byli gotowi sprzedać alkohol „młodym audytorom”, zostaną wysłane specjalne listy interwencyjne **od rodziców ze Stowarzyszenia „RoPSAN” oraz babć i dziadków nastolatków z Sosnowieckiej Rady Seniorów**. Przedstawiając wyniki badań poprosimy ich o poważną rozmowę ze swoimi pracownikami, zwracając uwagę na konieczność zmiany dotychczasowych nieskutecznych standardów sprzedaży alkoholu i zwrócenie w tym kontekście szczególnej uwagi na „młodych klientów”.

O wynikach tegorocznych badań „tajemniczego klienta” poinformujemy również dyrektorów szkół oraz rodziców ze szkolnych rad rodziców sosnowieckich gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych. Zaprosimy ich do wspólnych działań interwencyjnych. Do współpracy w tym zakresie zaprosimy także seniorów z Uniwersytetu Trzeciego Wieku, babcie i dziadków nastolatków, dla których bezpieczeństwo i zdrowie wnuków to bardzo ważna sprawa. O zwrócenie uwagi na problem sprzedaży alkoholu niepełnoletniej młodzieży poprosimy również księży proboszczów sosnowieckich parafii, informując ich o wynikach przeprowadzonych badań i prosząc o wsparcie w tej sprawie. **Mamy nadzieję, że wspólnie uda nam się zbudować silną, Międzypokoleniową Koalicję Nieobojętnych z udziałem rodziców, seniorów, wychowawców i nauczycieli.** Bardzo liczymy także na zaangażowanie przedsiębiorców i właścicieli sklepów oraz szeroką współpracę z mass-mediami.

Na zakończenie chcielibyśmy zwrócić uwagę na jeden niezwykle istotny element wspomnianego badania. **80% interwencji podjętych przez tzw. „dorosłego audytora”, który w momencie sprzedaży alkoholu zwracał uwagę sprzedawcy mówiąc, że nie powinien sprzedawać alkoholu tak młodej osobie bez sprawdzenia dowodu osobistego – OKAZAŁO SIĘ SKUTECZNYCH !!!.** Sprzedawca po chwili zastanowienia prosił młodego klienta o okazanie dowodu osobistego, a wobec jego braku – anulował sprzedaż piwa.

To pokazuje, że warto być NIEOBOJĘTNYM ŚWIADKIEM - warto interweniować!

*Szczegółowe informacje na temat wyników: B. Prajsner, przewodniczący ZG Stowarzyszenia „RoPSAN”
tel. 601 911 390; e-mail: b.prajsner@ropsan.org.pl