



INSTITUTUL NAȚIONAL  
DE SĂNĂTATE PUBLICĂ



CENTRUL NAȚIONAL DE EVALUARE ȘI  
PROMOVARE A STĂRII DE SĂNĂTATE



CENTRUL REGIONAL DE  
SĂNĂTATE PUBLICĂ SIBIU

---

# **LUNA NAȚIONALĂ A INFORMĂRII DESPRE EFECTELE CONSUMULUI DE ALCOOL**

## **Iulie 2017**

# PLANIFICAREA CAMPANIEI



- ✓ Temă
- ✓ Scop
- ✓ Obiective specifice
- ✓ Slogan
- ✓ Mesaje cheie
- ✓ Perioada de derulare
- ✓ Grupuri țintă
- ✓ Activități recomandate
- ✓ Materiale IEC recomandate
- ✓ Parteneri recomandați
- ✓ Buget estimat
- ✓ Obstacole posibile
- ✓ Rezultate estimate
- ✓ Indicatori de monitorizare a derulării campaniei
- ✓ Agenda campaniei. Termene de raportare
- ✓ Date de raportare
- ✓ Date de contact



## **TEMA CAMPANIEI**

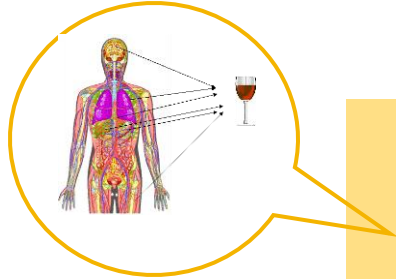
Informarea populației cu privire la efectele consumului dăunător de alcool.



## **SCOPUL CAMPANIEI**

Promovarea unui comportament responsabil față de consumul de alcool.

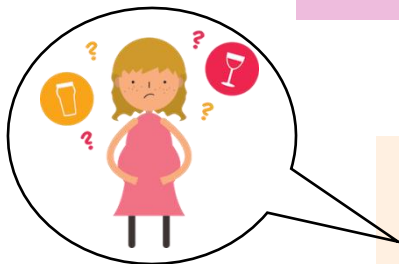
# Obiective specifice



Informarea tinerilor privind noțiunea de “*consum dăunător de alcool*” și a consecințelor sale asupra sănătății fizice și psihice;



Conștientizarea tinerilor privind consecințele consumului dăunător de alcool asupra vieții sociale, familiale și profesionale;



Prevenirea debutului timpuriu al consumului de alcool.

**Slogan:**

*Nu lăsa alcoolul să-ți hotărască viitorul!*

---



## Mesaj cheie:



*Alcoolul este cea mai răspândită substanță utilizată în scop de relaxare. Consumul de alcool de la o vârstă tânără și obiceiul de a bea frecvent și/sau în cantități mari poate conduce la dependența de alcool și la deteriorarea gravă a sănătății, relațiilor personale și carierei.*



**Perioada de derulare**

iulie 2017

**Grupuri țintă**

adolescenți

tineri sub 25 ani

## Activități recomandate la nivelul DJSP și DSP a municipiului București



*Organizarea de seminarii și work-shop-uri dedicate adolescenților și tinerilor sub 30 ani*



*Organizarea de evenimente locale (acțiuni recreaționale de exterior/interior, artistice și sportive)*



*Activități IEC prin mijloace media (presă scrisă, emisiuni radio și TV, bannere TV, internet, website, social media)*



*Distribuire de materiale informative (afișe, postere, broșuri, autocolante, obiecte inscripționate)*



*Colaborarea cu autoritățile locale (publicitate pentru campania IEC, controlul vârstei la intrarea în localurile care comercializează alcool și la cumpărarea de băuturi alcoolice)*



## Propuneri pentru parteneri la nivel județean și local



- Agenția Națională Antidrog - Centrele de Prevenire, Evaluare și Consiliere Antidrog Județene
- unități de învățământ preuniversitar /universitar
- autorități publice județene/locale
- Colegiul Medicilor din România /filiale județene
- Camera de Comerț, Industrie și Agricultură
- mass media
- ONG-uri
- reprezentanți ai patronatelor
- Inspectorate de Poliție Județene
- unități de alimentație publică unde se comercializează băuturi alcoolice



**Buget estimat =**

cost mediu/campanie  
județeană = RON



### Materiale IEC recomandate

- Afișe, postere, bannere, panouri publicitare, materiale autocolante, pliante, broșuri, fliere
- Obiecte inscripționate

### Obstacole posibile

- Resurse umane și financiare insuficiente
- Cooperare intersectorială slabă
- Lipsa mijloacelor de transport
- Participare socială redusă

## Rezultate estimate



- ✓ Reducerea numărului de adolescenți și tineri cu model de consum dăunător de alcool;
- ✓ Creșterea numărului de adolescenți și tineri informați asupra consecințelor consumului dăunător de alcool asupra vieții sociale și profesionale;
- ✓ Scăderea numărului de adolescenți care consumă alcool înaintea vârstei de 18 ani.

# Indicatori de monitorizare a derulării campaniei



## Indicatori fizici

- Număr de activități realizate
- Număr de materiale informative/promoționale distribuite
- Nr apariții televizate
- Nr. conferințe de presă
- Nr. articole în presa locală

## Indicatori de eficiență

- Cost mediu/campanie județeană = RON

## Indicatori de rezultat

- Raport al implementării campaniei
- Valorificare foto, web, media

# Agenda campaniei

## Date și termen de raportare

17 mai	CRSP Sibiu transmite propunerile metodologice către CRSP Timișoara
20 mai	CRSP Timișoara revizuieste și transmite propunerea metodologică către CRSP Sibiu și CNEPSS
22 mai	CRSP Sibiu revizuieste și transmite materialele către CNEPSS
29 mai	CNEPSS revizuieste și transmite materialele către MS, DSP județene și toate CRSP
5 iunie	DSPJ elaborează și transmite propunerile metodologice către CRSP Sibiu, CNEPSS, toate CRSP <i>(tabelul nr. 1)</i>
12 iunie	CRSP Sibiu revizuieste și transmite propunerile metodologice centralizate către CNEPSS și toate CRSP <i>(tabelul nr. 2)</i>
16 iunie	CNEPSS transmite către MS propunerile metodologice și adresa de solicitare a avizării campaniei
23 iunie	MS analizează materialele, desemnează comunicatorii oficiali ai campaniei și transmite către CNEPSS avizul pentru campanie
23 iunie	CNEPSS transmite adresa de răspuns a MS și proiectul de planificare în varianta finală către DSP județene și toate CRSP
1-31 iulie	Derularea campaniei
20 sept	DSP județene raportează rezultatele campaniei către CRSP Sibiu, CNEPSS, toate CRSP <i>(tabelul nr. 3)</i>
10 oct	CRSP Sibiu elaborează și transmite raportul final către CNEPSS și CRSP

## Date de raportare

Tabelul nr.1 Propuneri metodologice (DSPJ și DSP a municipiului București)

Nr crt	Activități planificate (enumerare)	Parteneri de campanie (enumerare)	Nr materiale IEC (nr exemplare pt fiecare tip)								Obstacole identificate (enumerare)	Nr estimat beneficiari din grupul țintă	Buget estimat al campaniei (RON)
			A	B	C	D	E*	F	G	H*			

A – pliante; B – postere; C – fluturarași; D – prezentări ppt; E – articole în presa/altele; F – emisiuni radio-TV; G – social media; H - altele

\* vor fi listate și alte materiale IEC în format electronic

Tabelul nr. 2 Propuneri metodologice centralizate (CRSP Sibiu)

Județ	Activități realizate (enumerare)	Parteneri de campanie (enumerare)	Nr materiale IEC (nr exemplare pt fiecare tip)								Obstacole identificate (enumerare)	Nr estimat beneficiari din grupul țintă	Buget estimat al campaniei (RON)
			A	B	C	D	E*	F	G	H*			
<b>Total**</b>													

A – pliante; B – postere; C – fluturarași; D – prezentări ppt; E – articole în presa/altele; F – emisiuni radio-TV; G – social media; H - altele

\* vor fi listate și alte materiale IEC în format electronic

\*\* se ca completa numai pentru categoria Nr materiale IEC

Tabelul nr.3. Rezultatele campaniei IEC (DSPJ și DSP a municipiului București)

Județ	Activități realizate (enumerare)	Parteneri de campanie (enumerare)	Nr materiale IEC utilizate (nr exemplare pt fiecare tip)								Nr total de beneficiari din grupul țintă	Buget alocat campaniei (RON) – sursa PN V
			A	B	C	D	E*	F	G	H*		
<b>Total**</b>												

A – pliante; B – postere; C – fluturarași; D – prezentări ppt; E – articole în presa/altele; F – emisiuni radio-TV; G – social media; H - altele

\* vor fi listate și alte materiale IEC în format electronic

\*\* se ca completa numai pentru categoria Nr materiale IEC



## Date pentru informații și contact:



Datele se raportează în format electronic la adresele :

sanda.dura@insp.gov.ro

laura.balasan@insp.gov.ro

carmen.domnariu@insp.gov.ro

ioana.filip@insp.gov.ro

**Persoană de contact:** *dr. Sanda Dura*

*Centrul Regional de Sănătate Publică Sibiu*

*Sibiu, Str. Luptei, nr. 21, 550330*

*Tel: 0269.212.812; fax: 0269.212976*