

# ABSOLUTNA NOWOŚĆ NA 15-LECIE KRAKOWSKIEJ AKADEMII PROFILAKTYKI



**„Młodzi trzeźwi”**

**ZŁÓŻ ZAMÓWIENIE I ODBIERZ ATRAKCYJNE NAGRODY!**

# PIĘTNAŚCIE LAT KRAKOWSKIEJ AKADEMII PROFILAKTYKI. DZIĘKUJEMY I ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY!

## 15 lat

Nasze największe sukcesy nie byłyby możliwe bez Państwa zaangażowania!



**2009**

**2009: start kampanii „Postaw na rodzinę!”**

W ciągu ostatniego piętnastolecia przystąpiła do niej połowa gmin w Polsce! To pierwszy projekt, który tak mocno zaakcentował rolę dobrych relacji w rodzinie jako czynnika chroniącego dzieci i młodzież.

**2011**

**2011: inauguracja „Reaguj na przemoc!”**

Od trzynastu lat wspieramy gminy w działaniach edukacyjnych na temat przemocy domowej. Kampania została dostrzeżona przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, które zamówiło u nas materiały.

**2014**

**2014: wspólnie przeciw pijanym kierowcom**

W reakcji na tragedie powodowane przez nietrzeźwych zainaugurowaliśmy działania we współpracy z PARPA. Od dziesięciu lat kampania „Przeciw pijanym kierowcom” buduje świadomość mieszkańców setek gmin w Polsce!

**2017**

**2017: odpowiedź na falę zatruc dopalaczami**

W reakcji na coraz większe zagrożenie uruchomiliśmy kampanię „Dopalacze – powiedz stop!”, z którą dotarliśmy do dziesiątek tysięcy osób w całej Polsce.

**2020**

**2020: profilaktyka w czasach niepokoju**

Po wybuchu pandemii COVID kontynuowaliśmy działania profilaktyczne, wierząc w to, że w czasach naznaczonych niepewnością są potrzebne bardziej niż kiedykolwiek. Dzięki zaangażowaniu wielu gmin budowaliśmy świadomość Polaków na temat depresji oraz uzależnienia od alkoholu.

**2024**

**2024: Start nowych kampanii: „Młodzi trzeźwi” i „Zdrowo - bezalkoholowo”**

# KRAKOWSKA AKADEMIA PROFILAKTYKI: IDZIEMY Z DUCHEM CZASU!

Odbiorcy, szczególnie ludzie młodzi, żyją w kulturze obrazkowej. Zamiast czytać długie teksty, wolą obejrzeć coś atrakcyjnego. Dlatego bazujemy na nowoczesnych metodach komunikacji wizualnej.

- **Jako pierwsi na rynku stworzyliśmy obrazki przy użyciu innowacyjnych narzędzi** – sztucznej inteligencji.
- **Odczarujemy papier!** Plakat, ulotka, gazeta, broszura – te nośniki sprawdzą się w działaniach edukacyjnych, jeśli zostaną pomysłowo i atrakcyjnie opracowane.
- Nasze materiały przyciągają wzrok. **Ilustracje jak z kreskówki, serialu, komiksu, mediów społecznościowych** – to nasz sposób na dotarcie do ludzi z ważnymi informacjami!



# SZUKASZ NOWYCH, ŚWIEŻYCH POMYSŁÓW? MAMY ROZWIĄZANIE!

**Przedstawiciele wielu gmin w Polsce sygnalizują, że coraz trudniej dotrzeć do dzieci i młodzieży z przekazem profilaktycznym.**



**Nastolatki spędzają mnóstwo czasu w sieci, gdzie są narażone na szkodliwe treści. Nie jest łatwo zachęcić uczniów do rozmowy, aktywnych działań „w realu”, udziału w konkursach.**

## **Kampania „Młodzi trzeźwi”:**

- Zawiera piękne i atrakcyjne wizualnie materiały, od których nie można oderwać wzroku.
- Angażuje i wciąga jak dobre seriale, które uwielbiają oglądać młodzi ludzie.
- Jest prosta w realizacji, nie wymaga użycia żadnych technologii i nie zajmuje cennego czasu.





# TAK DOCIERAMY DO MŁODEGO ODBIORCY

„Młodzi trzeźwi” to pierwsza na rynku profilaktycznym kampania, która opiera się na **najnowocześniejszych metodach komunikacji wizualnej**. Stworzyliśmy ilustracje przy pomocy sztucznej inteligencji – aby **wciągnąć młodych odbiorców do świata, który dobrze znają z seriali, gier komputerowych, kreskówek**.

**Atrakcyjni i pozytywni bohaterowie** przeżywają takie same problemy i emocje, jak współczesne nastolatki; wyglądają podobnie. Sober Roger (Trzeźwy Roger) i Rita Strong (Silna Rita) na co dzień są zwyczajnymi nastolatkami, ale kiedy sytuacja tego wymaga – zakładają kolorowe peleryny i **stają się superbohaterami w swojej szkole**.

Roger i Rita pokazują, jak żyć zdrowo – bez używek, jak korzystać w sposób zrównoważony z sieci, jak być dobrym kolegą, jak stawiać granice. **Nasi bohaterowie imponują i inspirują!**

## Problemy, do których odnosimy się w kampanii:

- × Sięganie po używki: alkohol, narkotyki, papierosy i e-papierosy
- × Przemoc rówieśnicza w sieci i w realu
- × Nadmierne korzystanie z sieci
- × Poczucie osamotnienia, kryzysy życiowe młodych ludzi

## „Młodzi trzeźwi” promują:

- ✓ Zdrowy styl życia – aktywność fizyczną, dobry sen, bezpieczne korzystanie z nowoczesnych technologii
- ✓ Empatię wobec drugiego człowieka
- ✓ Umiejętność proszenia o pomoc w sytuacjach trudnych i kryzysowych
- ✓ Rozwijanie talentów i mocnych stron

**W kampanii uczymy szacunku do nauczycieli, pedagogów, psychologów, rodziców** – budujemy ich pozytywny wizerunek, pokazując, że są sojusznikami młodych ludzi.



# ZESTAW MATERIAŁÓW DLA SZKÓŁ - ZACHWYCA UCZNIÓW I NAUCZYCIELI!

## 10 plansz, które przemawiają do młodych ludzi

Bohaterowie wystawy zapraszają młodzież do swojego świata, w którym trzeźwość, przyjaźń i zdrowie to ważne wartości. Obalają mity na temat używek i pokazują, że sięganie po substancje psychoaktywne to droga na dno. Młodzi ludzie chętnie utożsamiają się z superbohaterami!

- ✓ Wystawa jest łatwa do powieszenia (np. przymocowania taśmą lub pinezkami) w budynku szkoły czy urzędu.
- ✓ Plansze w formacie A2 są wykonane z solidnego, ale lekkiego papieru, który umożliwia łatwy montaż np. na ścianie, drewnianej listwie bądź tablicy (wg możliwości i uznania).
- ✓ Każdy komplet jest zapakowany w tekturową kopertę, co ułatwia dystrybucję do szkół i innych placówek.
- ✓ W JEDNYM PAKIECIE ZNAJDUJE SIĘ 6 KOMPLETÓW PLANSZ.



PLANSZA NR 1



PLANSZA NR 2



PLANSZA NR 3



PLANSZA NR 4



PLANSZA NR 5



PLANSZA NR 6



PLANSZA NR 7



PLANSZA NR 8



PLANSZA NR 9



PLANSZA NR 10

## Smycze - przydatny gadżet z profilaktycznym przekazem

- ✓ Użyteczny upominek, na którym uczniowie mogą spiąć klucze (np. do szkolnych szafek).
- ✓ Gadżet, który promuje pozytywny przekaz o trzeźwości.

- ✓ W JEDNYM PAKIECIE ZNAJDUJE SIĘ 50 SMYCZY Z LOGO KAMPANII.



# ATRAKCYJNA SZATA GRAFICZNA, KTÓRA PRZYCIĄGA UWAGĘ I ZACHĘCA DO LEKTURY

## Osiem rodzajów materiałów edukacyjnych - ulotki w pakiecie kampanii



- ✓ Materiały mają format A5 i są czterostronicowe. Na ostatniej stronie części ulotek karta pracy z ciekawym zadaniem!
- ✓ **W JEDNYM PAKIECIE ZNAJDUJE SIĘ OSIEM RODZAJÓW ULOTEK, KAŻDA W NAKŁADZIE 300 EGZ.**



**ULOTKA NR 1**

Sober Roger (Trzeźwy Roger) i Rita Strong (Silna Rita) na co dzień są zwyczajnymi nastolatkami, ale kiedy sytuacja tego wymaga – zakładają peleryny i stają się superbohaterami w szkole. W ulotce pokazują, że warto wejść do świata młodych trzeźwych.



**ULOTKA NR 2**

W ulotce Sober Roger prezentuje swoje supermoce: szacunek do innych, umiejętność odmawiania, bliskość z rodziną i przyjaciółmi, empatię i rozsądek. Roger nie sięga po alkohol, dopalacze, papierosy. Myśli trzeźwo, dba o spokój i równowagę.



**ULOTKA NR 3**

W ulotce Rita zdradza swoim rówieśnikom, co sprawia, że stała się silną dziewczyną. Za jej supermocami stoją sport, talenty, szczerze rozmowy z przyjaciółmi i rodziną, odpoczynek, dobre relacje z nauczycielami oraz umiejętność stawiania granic.



**ULOTKA NR 4**

Jak zostać superbohaterem? W ulotce Rita i Roger uczą, że superbohater nie ryzykuje, jeśli na szali jest zdrowie i życie; nie pozwala krzywdzić siebie i innych; jest ostrożny i umie przewidywać ryzyko oraz pozostaje wolny od używek.

## Realizacja bez wysiłku! Pomysły na wykorzystanie materiałów:

- Możesz przekazać całość materiałów do szkół. Treści w poszczególnych materiałach nawzajem się uzupełniają i są wciągające, dzięki czemu ulotki błyskawicznie się „rozejdą” – nie będzie problemu z ich kolportażem. Plansze wystawy można umieścić na ścianach jak szkolną gazetkę.
- Możesz także zorganizować wydarzenia wokół kampanii, angażując lokalną społeczność. Pokaz wystawy można zorganizować np. w bibliotece, domu kultury, OPS, świetlicy. Zaproszenie chętnie przyjmą np. dyrektorzy szkół, przedstawiciele ochrony zdrowia, służb mundurowych oraz organizacji pozarządowych zajmujących się pomocą społeczną i profilaktyką uzależnień. To okazja, by wymienić się informacjami, a także pochwalić nową kampanią, do której przystąpiła gmina!



**ULOTKA NR 5**

Rita i Roger przekonują, że każdy nastolatek ma w sobie potencjał, by być superbohaterem. Zachęcają do bycia sobą, rozwijania pasji, podejmowania świadomych decyzji, okazywania wsparcia i empatii oraz odmawiania eksperymentów z używkami.



**ULOTKA NR 6**

W ulotce Rita i Roger udzielają praktycznych wskazówek na temat bezpieczeństwa w internecie. Wyjaśniają, czym jest cyberprzemoc i instruuje, jak sobie radzić z tym zjawiskiem. Zachęcają do mądrego i świadomego korzystania z sieci.



**ULOTKA NR 7**

W ulotce superbohaterowie podejmują temat narkotyków. Przestrzegają przed eksperymentowaniem z dopalaczami, opisują skutki zażywania niebezpiecznych substancji. Apelują do swoich rówieśników, aby reagowali na zagrożenia.



**ULOTKA NR 8**

Rita i Roger zdradzają przepis na przyjaźń. Sami znają się od kołyski i – choć mają za sobą niejedną kłótnię – zawsze mogą na siebie liczyć. Jak to robią? Wiedzą, czym jest lojalność i szacunek, potrafią słuchać i wybaczać.

# ZŁÓŻ WIĘKSZE ZAMÓWIENIE I ODBIERZ ATRAKCYJNE NAGRODY!

## Co można zyskać?

### SUPERNAGRODA! ALKOGOGLE Z CERTYFIKATEM



Samorząd, który zamówi materiały za minimum 14 tys. zł netto, otrzyma urządzenie symulujące upojenie alkoholowe przy stężeniu 2 promili. Alkogogle zniekształcają obraz oraz utrudniają prawidłową ocenę kształtu

i odległości. Dzięki temu pozwalają uświadomić ryzyko związane z prowadzeniem pojazdów po spożyciu alkoholu. Idealny gadżet do wykorzystania na imprezach gminnych, w szkołach nauki jazdy, podczas lekcji profilaktycznych etc.

### Profesjonalny kalibrowany alkomat

Każdy samorząd, który złoży zamówienie za minimum 12 tys. zł netto, otrzyma alkomat. To przydatne narzędzie w pracy profilaktycznej, które może być wykorzystywane przy różnych okazjach. Alkomat wyposażony jest w elektrochemiczny sensor o wysokiej dokładności i trwałości. Urządzenie jest proste w obsłudze, a wynik pojawia się po kilku sekundach.



### Prestizowa, personalizowana statuetka „Lider profilaktyki” z wygrawerowaną nazwą samorządu

Gmina, która złoży zamówienie za minimum 8 tys. zł, otrzyma elegancką, personalizowaną statuetkę z wygrawerowaną nazwą samorządu i hasłem „Lider profilaktyki”.



## Większe zakupy to więcej nagród. Jak to działa?

- Zamówienie za min. 8 tys. zł (np. dwa pełne pakiety kampanii) ➔ otrzymujesz statuetkę
- Zamówienie za min. 12 tys. zł (np. trzy pełne pakiety kampanii) ➔ otrzymujesz alkomat i statuetkę
- Zamówienie za min. 14 tys. zł (np. trzy pełne pakiety kampanii i półowka pakietu) ➔ otrzymujesz alkomat, statuetkę i alkogogle



# Dlaczego warto dołączyć do kampanii Krakowskiej Akademii Profilaktyki?



- Krakowska Akademia Profilaktyki to 15 lat doświadczenia! Cieszymy się zaufaniem 2 tysięcy samorządów!
- Nasze kampanie przynoszą konkretne efekty: setki obywatelskich zatrzymań pijanych kierowców, większa świadomość na temat zachowań ryzykownych wśród dzieci i młodzieży, uwrażliwienie mieszkańców na problem przemocy.
- Oferujemy atrakcyjne i przydatne nagrody, które ułatwiają pracę osobom odpowiedzialnym za profilaktykę i nagradzają ich zaangażowanie.
- Opracowujemy materiały, które przyciągają uwagę i wzbudzają emocje.
- Nasz przekaz jest dostosowany do potrzeb odbiorców. Mieszkańcy Państwa gminy zawsze są w centrum uwagi – budowanie właściwych postaw to najskuteczniejsza profilaktyka!
- W materiałach zawieramy praktyczne informacje i wskazówki, które pozwalają zdiagnozować problem i znaleźć rozwiązanie.
- **Gwarantujemy szybką wysyłkę materiałów i faktury.**

# ZAPRASZAMY DO UDZIAŁU! WIOSNA TO IDEALNY CZAS NA UZUPEŁNIENIE ZAPASÓW MATERIAŁÓW

- **Włącz się we wszystkie kampanie, by osiągnąć najlepsze rezultaty i odebrać nagrody. W tym celu zaznacz krzyżykiem wszystkie sześć kampanii na załączonym formularzu zgłoszenia.**
- **Możesz też skorzystać z dowolnie wybranej kampanii, zaznaczając krzyżykiem odpowiednią opcję.**
- **Spiesz się i wybierz materiały, które przyniosą korzyść mieszkańcom.**
- **Warto zaplanować działania i zaangażować się w kampanie, które sprawdzają się w setkach gmin w całym kraju.**
- **Zgłoszenia przyjmujemy do 30 czerwca 2025 r.**

**Warto pamiętać, że w tym roku gminy aż pięciokrotnie otrzymują pieniądze na działalność profilaktyczną (trzy raty „korkowego” i dwie raty „małpkowego”). Środki warto wykorzystać na działania edukacyjne wynikające z art. 4<sup>1</sup> ust. 1 pkt 3 ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.**

**Koszt pełnego pakietu kampanii to 4000 zł + VAT.** Oferujemy możliwość zakupu połowy pakietu lub jego wielokrotności. Nie prowadzimy sprzedaży mniejszych zestawów. Formularz zgłoszenia do kampanii należy wysłać faksem pod numer **12 635 19 19**, mailem: **info@akademiaprofilaktyki.pl** lub pocztą na adres: **Krakowska Akademia Profilaktyki, ul. Jaskółcza 4/1, 30-105 Kraków.**

**Kontakt z biurem kampanii:**

**tel.: 12 635 20 20, faks: 12 635 19 19**

**e-mail: info@akademiaprofilaktyki.pl**

**www.akademiaprofilaktyki.pl**

