

Pozory mylą, dowód nie

Data publikacji: 16.10.2011 9:35

Strażnicy Miejscy z Cieszyna w ramach Gminnego Programu Poprawy Bezpieczeństwa "Bezpieczny Cieszyn" rozpoczną akcję, której celem jest eliminowanie sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim.

□

"Pozory mylą, dowód nie" to ogólnopolska kampania edukacyjna, zainicjowana w 2009 r. przez Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie i Komendę Główną Policji.

Podczas akcji strażnicy miejscy prześlą sprzedawcom alkoholu ulotki i materiały pomocnicze. Ponadto sprawdzą czy w punktach sprzedaży alkoholu znajdują się informacje o szkodliwości spożywania "procentowych trunków". Nieuwidocznie takich informacji może skutkować mandatem karnym w wysokości 150 złotych.

To już trzecia edycja kampanii edukacyjnej. Celem ogólnopolskiej akcji jest zwrócenie uwagi sprzedawców i świadków sprzedaży w sklepach na terenie całej Polski, że dorosły wygląd nie oznacza dojrzałości.

Według badań przeprowadzonych przez Pracownię Badań Społecznych mimo, iż zdecydowana większość, 95% badanych, potępia sprzedaż alkoholu nieletnim, to jedynie co trzecia osoba (34%), która spotkała się z tym zjawiskiem, podjęła jakąkolwiek interwencję, bądź wyraziła swój sprzeciw podczas próby zakupu alkoholu przez młodo wyglądającą osobę. Badanie wykazało również, że alkohol jest częściej sprzedawany bez okazania dowodu w super- i hipermarketach oraz w małych miejscowościach (do 50 tys. miejscowości).

Kolejna odsłona ukierunkowana jest przede wszystkim na aktywizację środowisk lokalnych w całym kraju, zbudowanie szerokiego społecznego frontu sprzeciwu wobec sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim i koalicji na rzecz ograniczenia dostępności napojów alkoholowych w tej kategorii wiekowej. Celem strategicznym pozostaje, tak jak w latach poprzednich, przeciwdziałanie spożywaniu alkoholu przez osoby poniżej 18-go roku życia.

- Mamy nadzieję, że opisane działania pozwolą na ograniczenie kontaktu osób niepełnoletnich z papierosami i alkoholem – informuje Straż Miejska w Cieszynie.