

АКТУАЛЬНОСТЬ

## «Усредненный» российский мужчина является пьяницей.

15 литров алкоголя на человека в год.  
Что это значит?

15 литров  
алкоголя

= 37,5

литров  
водки

=

75

бутылок  
водки



\*

155

бутылок  
водки в год

или

3

бутылки водки  
в неделю



\* С учетом того, что российские мужчины потребляют алкоголя в 4 раза больше женщин, что соотношение мужчин и женщин в нашей стране 1:1,15, что возраст основных потребителей 15-65 лет.

**457** тыс. руб\*.

– потери государства  
на одного алкоголика в год.

\* - 456 811,56 руб. – среднее  
экономическое бремя алкоголизма  
в расчете на одного больного  
(по данным Национального  
научного центра наркологии  
Минздравсоцразвития, 2010).

Доходы государства  
от алкоголя

**183** млрд. руб.

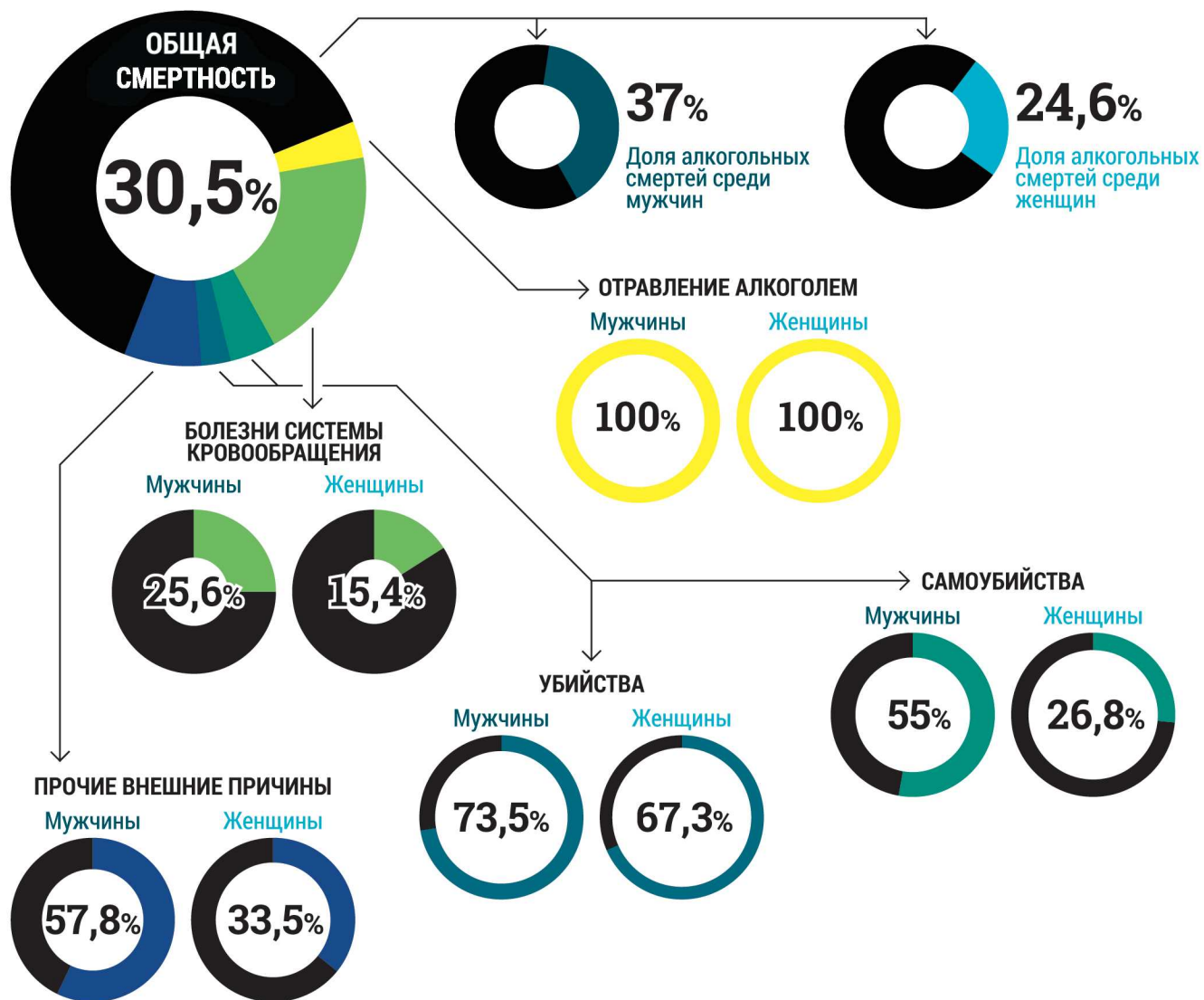
**465** млрд.  
руб.

Чистые (невосполнимые)  
экономические потери государства

Потери государства  
от алкоголя

**648** млрд. руб.

## Доля алкогольных смертей



Это самая актуальная социальная проблема нашего общества

## КОНЦЕПЦИЯ ПРОЕКТА



### Изображения:

иллюстрируют общепринятые ценности (любовь, семья, радость, надежность, Родина...), оформлены в стиле солнечных бликов, что увеличивает светлый настрой рекламы.

### Слоган:

является основным по силе воздействия в деле утверждения трезвости. Стиль личного обращения (не «Папа должен быть трезвым!», а «Мой папа самый лучший!») не вызывает протеста. Этот стиль учитывает состояние современного общества в отношении к трезвости, которое не готово к директивному навязыванию трезвости, но готово принять к сведению выбор трезвости другим человеком, как вполне разумный. Вторая часть слогана свидетельствует о присутствии трезвости в общепринятых ценностях.

### Личные истории:

дополняют слоганы конкретными примерами выбора человеком трезвости. Конкретные истории делают понятие трезвость более близким и понятным.

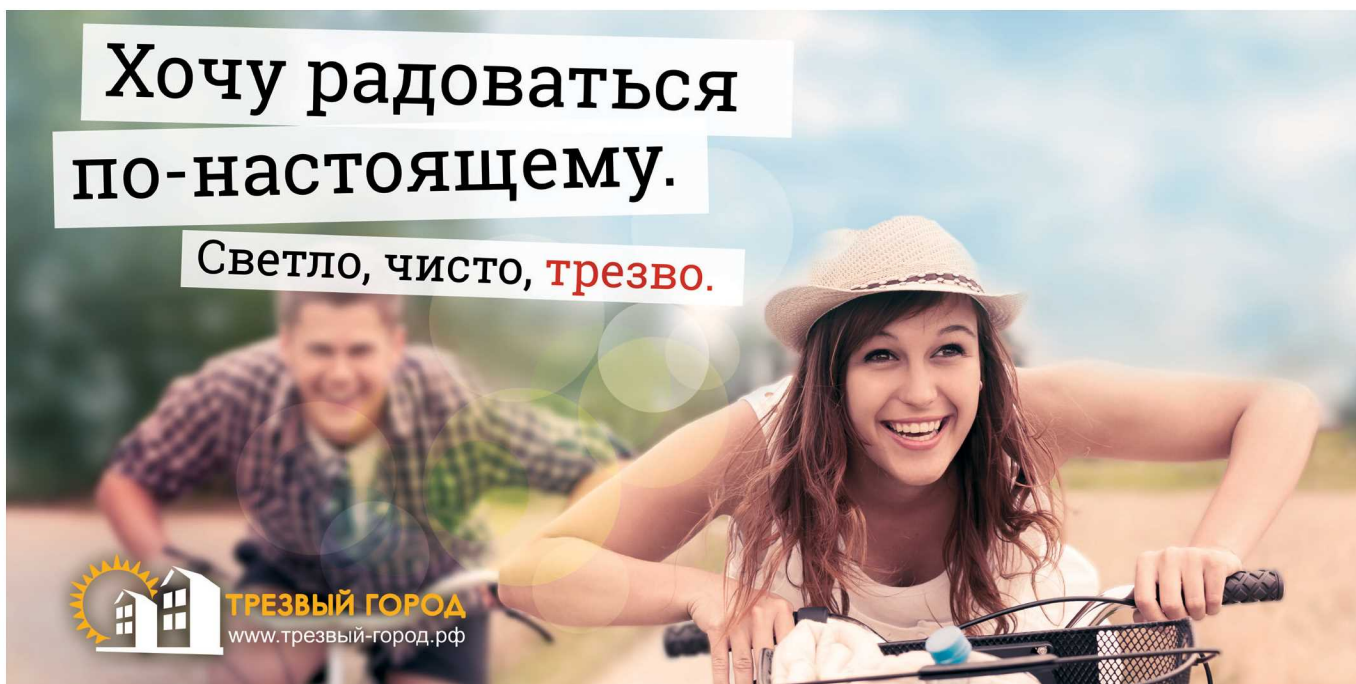


Мой муж  
самый лучший.

Надежный, верный, **трезвый**.




**ТРЕЗВЫЙ ГОРОД**  
[www.трезвый-город.рф](http://www.трезвый-город.рф)



Хочу радоваться  
по-настоящему.

Светло, чисто, **трезво**.



**ТРЕЗВЫЙ ГОРОД**  
[www.трезвый-город.рф](http://www.трезвый-город.рф)

ФОРМАТ ПРОЕКТА



## Комплект социальной рекламы представляет собой:

15 наборов социальной рекламы

БАННЕР



+

ПЛАКАТ  
ВЕРТИКАЛЬНЫЙ



+

ПЛАКАТ  
ГОРИЗОНТАЛЬНЫЙ



## Реализация проекта:

*Мы предоставляем комплект социальной рекламы в электронном виде*



*Вы размещаете рекламу в своем регионе*

### **СРОК: ОТ 5 ДО 30 МЕСЯЦЕВ.**

Каждые один-два месяца размещаются от одного до трех наборов социальной рекламы.

Плакаты размещаются **ВО ВСЕХ НАИБОЛЕЕ ПОСЕЩАЕМЫХ МЕСТАХ**, стараясь охватить все население.

Социальная реклама **СОПРОВОЖДАЕТСЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ РАБОТОЙ** по утверждению трезвости.

# Мой муж самый лучший.

Надежный, верный, **трезвый.**



## Мой муж самый лучший.

Надежный, верный, **трезвый.**



Мой муж выпивает, а я хочу помочь ему избавиться от этого. Бесполезно говорить мужу «Тебе нельзя пить», если я сама хоть немного, но пью. Поэтому я выбираю для себя трезвость. **Это рука помощи моему мужу.**

Екатерина Ермакова,  
социальный работник, Тверь.



Будучи главой сельского поселения, я решил, что все праздники будут трезвыми. 9 мая слышу упрек от ветерана, мол, фронтовые сто грамм – это святое. Стал сомневаться – не перегибаю ли палку. Через день узнаю: в соседнем поселении один ветеран, выпив, сломал ногу. **Сомнения ушли – праздник должен быть трезвым.**

Михаил Семенов,  
пенсиякер, Владимирская область.



Я горжусь учеными, композиторами, поэтами, писателями и художниками, которые родились на нашей земле. Уверен, что взрастить такие таланты мог только трудолюбивый и трезвый народ. **Я выбираю трезвость, чтобы наши дети были также богаты талантами.**

Владимир Дудченко,  
администратор, Саратов.



ПАРТНЕРЫ  
ПРОЕКТА



# Мой муж самый лучший.

Надежный, верный, **трезвый.**



Мой муж выпивает, а я хочу помочь ему избавиться от этого. Бесполезно говорить мужу «Тебе нельзя пить», если я сама хоть немного, но пью. Поэтому я выбираю для себя трезвость. **Это рука помощи моему мужу.**

Екатерина Ермакова,  
социальный работник, Тверь.



Будучи главой сельского поселения, я решил, что все праздники будут трезвыми. 9 мая слышу упрек от ветерана, мол, фронтовые сто грамм – это святое. Стал сомневаться – не перегибаю ли палку. Через день узнаю: в соседнем поселении один ветеран, выпив, сломал ногу. **Сомнения ушли – праздник должен быть трезвым.**

Михаил Семенов, пенсионер,  
Владимирская область.



Я горжусь учеными, композиторами, поэтами, писателями и художниками, которые родились на нашей земле. Уверен, что взрастить такие таланты мог только трудолюбивый и трезвый народ. **Я выбираю трезвость, чтобы наши дети были также богаты талантами.**

Владимир Дудченко,  
администратор, Саратов.



ПАРТНЕРЫ  
ПРОЕКТА



Проект является  
лауреатом конкурса  
"Трезвая Россия"



# Высокорентабельные социальные инвестиции

## Затраты на проект

для района в московской области с населением 50 000 человек\*

$$5000 \text{ рублей} \times 3 \text{ набора рекламы} \times 5 \text{ смен рекламы} = 75000 \text{ рублей}$$

## Выгода от реализации

### АЛКОГОЛЬНЫЕ УБЫТКИ

На 100 000 населения приходится 1216 алкоголиков (Росстат, 2014). На 50 000 человек населения в среднем приходится 608 алкоголиков. Алкогольные убытки района составляют:

$$457000 \text{ руб. / год}^{**} \times 608 = 278 \text{ млн. руб.} = 24\% \text{ бюджета}^{***}$$

### ВЫГОДА ОТ ПРОЕКТА



При снижении алкоголизации населения на 0,5%.

ROI (отдача на инвестированный капитал) = 1852%, т.е. выгода от реализации проекта превышает издержки в 190 раз (!).

ПРОЕКТ ОКУПАЕТСЯ ЗА ГОД, ДАЖЕ ЕСЛИ СНИЗИТ АЛКОГОЛИЗАЦИЮ НА 0,1%

\* - Расчет проведен на основе реализации пилотного проекта в Талдомском районе Московской области.

\*\* - 456 811,56 руб. – среднее экономическое бремя алкоголизма в расчете на одного больного (по данным Национального научного центра наркологии Минздравсоцразвития, 2010).

\*\*\* - На примере бюджета Талдомского района Московской области, составляющего 1171,5 млн. руб. на 2015 год.

# Как это работает?



Вы взвешиваете  
выгоды и расходы на  
реализацию проекта и  
принимаете решение.



Заявка на реализацию  
проекта в своем  
регионе/городе.



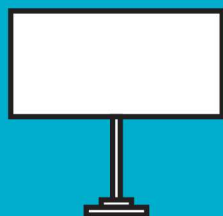
Изготовление рекламных  
материалов: плакатов  
и баннеров



Отправка макетов  
и методического  
пособия



Представитель оргкомитета  
уточняет предполагаемые  
места размещения, объем  
комплектность поставки  
макетов, разрабатывает  
рекомендации по реализации  
проекта в регионе.



Непосредственное  
размещение  
на рекламных  
носителях



Сопровождение проекта  
представителем оргкомитета



Обратная связь:  
отзывы и фотоотчет



# Новый современный подход

## АНТИАЛКОГОЛЬНАЯ ПРОПАГАНДА

Неэффективен для профилактики

*Каждый пьющий прекрасно знает, что пить много – вредно. Поэтому он продолжает пить «умеренно».*

Неэффективен среди подростков

*Любой подросток прекрасно знает о вреде алкоголя. И поэтому он выбирает – пить мало.*

Неэффективен для реабилитации

*Большинство алкоголиков хотят избавиться от своей болезни. Но для чего? Чтобы научиться пить понемногу...*

## УТВЕРЖДЕНИЕ ТРЕЗВОСТИ

Эффективен для профилактики

*Трезвость – это прекрасный образ жизни. Это счастливая семья, интересная работа, сильная Родина...*

Эффективен среди подростков

*Если взрослых, соблюдающих трезвость, много, то большинство молодых людей выбирает лучшее – трезвость.*

Эффективен для реабилитации

*Быть трезвым и не иметь потребности пить – вот признак свободного здорового человека. Это должно стать нормой.*

**Утверждение трезвости эффективнее  
антиалкогольной пропаганды**



# 7

## причин выбрать проект «Трезвый город»

1

Самая актуальная  
социальная проблема

2

Исследована  
эффективность рекламы

3

Разработан ведущими  
маркетологами

4

Новый современный  
подход

5

100%-ный охват  
населения

6

Возможность собственного  
брендирования

7

Гибкость макетов