

SEP  EMBRIS
EI JOO

Rohkem mõistust
Vähem piinlikkust

alkoinfo.ee

SEP  EMBRIS
EI JOO

Rohkem liikumist
Vähem stressi

alkoinfo.ee

SEPT€MBRIS
EI JOO

Rohkem sääste
Vähem aktsiisi

alkoinfo.ee

SEPTEMBR!S
EI JOO

Rohkem rõõmu
Vähem pettumusi

alkoinfo.ee

SE  TEMBRIS
EI JOO

Rohkem aega
Vähem muresid

alkoinfo.ee

**TARGEM
EESTI**

**TERVEM
EESTI**

**RIKKAM
EESTI**

**ÕNNELIKUM
EESTI**

**RAHULIKUM
EESTI**

Septembris ei joo 2.3

Tagasivaade

Parima kokkuvõtte
kampania edust tegi
meie teadmata Tõnis
Niinemets EFTA galal.
VAATA VIDEO!

- https://bit.ly/SEJ_Kuldmuna

PR- tegevuste eesmärgid

- Suurendada suhtekorralduslike vahendite abil **teadlikkust** alkoholist loobumise **positiivsetest tagajärgedest**. Seejuures kinnistada teadmisi alkoholitarbimise negatiivsetest mõjudest
- **Julgustada** inimesi septembrikuus **loobuma** alkoholi tarbimisest ja suurendada osavõttu iga-aastasest kampaaniast
- Pikaajalisema tulemusena **normaliseerida alkoholivaba elu**
- **Sihtrühm:** 20-45 aastased mehed ja naised, kes tarvitavad alkoholi – kuid mitte alkoholisõltlased

Kampania fookused

Mõjutada inimesi kuu aega ilma alkoholita elama – reaalse tegutsemise kaudu inimene muudab harjumusi, kogeb kasusid ja õpib uusi toimetulekuoskuseid

Positiivsed mõjud, mis kaasnevad alkoholist loobumisega

Alkoholitarbimise negatiivsed mõjud

Aidata kaasa alkoholitarvitamise rohelises raamatus seatud eesmärgi (8 liitrit absoluutset alkoholi elaniku kohta aastas) saavutamisele

Alkoholist loobumisele ja tarbimise vähendamisele positiivse tähendusvälja loomine ning inimeste käitumispraktikasse toomine

Strateegia – fookusidee

Eesmärk oli leida uus ja värske suund varasematele kampaaniatele nii, et see kõnetaks ühiskonda täiesti uute nurkade alt ja jõuaks taaskord massidesse!

PR- eesmärk oli leida **uus ja värske** ning ootamatu suund, et panna ühiskond kampaaniast rääkima ning inimesi kampaanias osalema!

Arvestades hüppelist inflatsiooni, erinevaid kriise ning rahva majanduslikku ja sotsiaalset ebakindlust, andsime teavitustele värske mõõtme: **alkoholiga piiri pidamine mõjub turgutavalt nii füüsilisele kui vaimsele tervisele, aga ka rahakotile!**

Tõstsime fookusesse alkoholist loobumise positiivsed majanduslikud ja emotsionaalsed mõjud. Räägime investeerimisest – sh. tervisesse ja iseenda heolusse

Sõnumikeeles rõhusime üldisemate alkoholiga piiri pidamise eeliste kõrval tarkustele nagu "Rohkem raha ja energiat", "Stress väheneb ja eneseusk tõuseb", "Tekivad uued harjumused" ning "Töötulemused ja suhted paranevad" – mis täiendavad ühtlasi reklaamkampaania sõnumeid ja viivad neid rahvale lähemale- panevad reklaamid meedias rääkima.

Strateegia – kuidas?

Kaasame **ekspertid-autoriteedid**, et anda alkoholist loobumise positiivsetest mõjudest rääkimisele asjatundlik ja samas sihtgruppi kõnetav sisu

Nende hulka kuuluvad lisaks tervisespetsialisti(de)le finants-, start-up ja/või investeerimissektori juhid, kes saavad trendimuutusi ja nende mõjusid kirjeldada praeguses hetkes.

Kampaania "reklaamnägude" isiklike kogemuslugusid ja/või kokkupuuteid läbi töö/eriala saame kasutada pressikonverentsil ja/või meediale pakutavates artiklites

Sihtgrupiga suhtleme peamiselt läbi kahe väljundi: **tasuta meedia ning *online*-kanalid** (sh TAI omakanalid)

Ekspertideks- Eeva Esse – sport ja alkohol, Neeme Raud- isiklik lugu, Kristi Jõesaar – raha, Aleksei Turovski – loomad ja alkohol + vene, Epp Kärsin- suhted. Lisaks hulk spetsialiste, arste ja ametnikke

Tegevused

- Kampaniat alustasime kolme kõneisiku – Neeme Raud, Eeva Esse, Kristi Jõesaar, politsei, päästeameti ja TAI ühispressikonverentsiga – juhtimaks tähelepanu statistikale ja isiklikele lugudele.
- Pärast seda korraldasime kuu jooksul järellugusid meedias läbi kõigi 5 kõneisiku, saime neid meediasse ja leidsime erinevaid nurkasid kuidas elavdada kampaniat.
- Olime ise proaktiivsed ajakirjanike suunal, et saaksime võimalikult palju tasuta meedia kajastusi.



Delfi EST Экономика Спорт За рубежом Публик Dekor Jaha

НОВОСТИ ЭСТОНИИ 19.09.2022, 17:59

Неэме Рауд призывает: хотя бы дайте себе возможность отказаться от алкоголя (4)



Õhtuleht uudised ELU SPORDI KUMI TÄRVI KANONIKUD LUGEMIS LÕPPEKS KALDUS TÄHELEPANU KODU ÜHENDUS PESTU

19.09.2022, 17:59



SEPTEMBRIS EI JOO! Eeva Esse-Säärmaa: põhjuse leiab alati - napsi võetakse nii kurbuse peletamiseks kui tähistamiseks (4)

Kodu Sõda Eesti Maailm Majandus Sport Arvamus Kultuur TV Elu24 Tervis Veel

SEPTEMBRIS EI JOO! > Ühest alkoholivabast kuust piisab, et elukvaliteeti märkimisväärselt parandada

Pm Kodu.postimees.ee 29. august 2022, 12:17




KRISTI SAARE
INVESTOR

EESTI EKSPRESS ARVAMUS AHEEN KOLM ELU AJALUUDU

19.09.2022, 12:46

Tervise Arengu Instituut: Normaalne alkoholikultuur võiks alata mitte tarvitamisest (10)

Sellist normaalust, mis algab mitte tarvitamisest, saavad kõige paremini aidata kujundada eelkõige need inimesed, kes peavad ennast ise mõõdukateks alkoholi tarvitajateks.

Anneli Sammel



VEEBI TV



ALEKSEI TUROVSKI
zooloog

TV 3 Terevisioonid Telesaade Muusika Alakala Võidusõudamine Terejuttu Puhkuse Terejuttu

01. septembril 2022, 19:36

"Septembris ei joo" juhivad tähelepanu suurele probleemile: kainus ei tohiks olla tabu



Reporter.ee 26. august 2022, 19:22

Kuidas Eestis joomist vähendada?

Septembri alguses algab lausa kompaania "Septembris ei joo"



Kajastuste näited

Tulemused

- Kokku **45 unikaalset** eesti ja vene keelset kajastust
- **22 unikaalset** kõneisikute kajastust
- Saime tasuta kõikidesse suurimatesse öhtuvööndi saadetes- Ringvaade, Öhtu, TV3 uudised jne. Nt. Lugudega Turovski räägib loomade alkoholismist, kuidas aitab alkoholit elu investeerida või kuidas mõjutab alkohol seksuaalsuhet...
- Ajakirjanikud võtsid teema omaks ja alustasid ise diskussioone ning arvamusalugusid
- **EFTA gala** kirjutas iseseisvalt Septmbris ei joo kampaania öhtujuhi tekstidesse
- Kõneisikute digikampaania reklaame **näidati kokku üle 11,7 miljoni** korra ning reklaamidele **klikiti kokku 48 246 korda**.
- Youtube videod said kokku 561 242 näitamist ning neid vaadati kokku 213 469 korda.
- YouTube videotest vaadati kõige rohkem Neeme Raua videot ning vene sihtrühma seas vaadati kõige rohkem Kristi Saare videot.
- **Sotsiaalmeedia videoid kõneisikutega näidati kokku 1 765 145 korda**, ning need jõudsid 275 198 unikaalse kasutajani.
- järeluuringu andmetel võttis 2022.a kampaanias osa hinnanguliselt **47 950 inimest**
- Kampaania ületas kõik ootused, sest rakendatud strateogia täitis oma eesmärgi

EestiPäevaleht UUDISED ARVAMUS ROHEPORTAAL KULTUUR SPORT

PÄEVA TEEMA | Lennart Käämer: joomise ja autokulude asemel võib ka investeerida või palmi alla sõita (23)

Tarbin meeleldi (mõistuse piires). Ometi otsustasin sel korral liituda „**Septembris ei joo!**“ kampaaniaga.

Lennart Käämer
Eesti Päevalehe veebitoimetuse juht

