

## COMUNICAT DE PRESA

### Tinerii s-au implicat în combaterea consumului de droguri

Salvați Copiii a organizat în perioada **27 iulie – 20 august 2006**, pentru al doilea an consecutiv, campania **„Marea, singura noastră dependență”** pentru prevenirea consumului de droguri în rândul adolescenților și tinerilor care și-au petrecut vacanța pe litoralul românesc.

Campania s-a desfășurat în acest an în Costinești, Mangalia, 2 Mai și Vama Veche prin intermediul a 50 voluntari care au oferit informații unui număr de 10,000 adolescenți și tineri despre riscurile la care aceștia se expun în urma abuzului de droguri licite și ilicite. Aceste informații au fost oferite fie în cadrul discuțiilor directe de pe plajă, de la punctul de informare, fie în cadrul concursurilor sportive, concursurilor tematice tip carte poștală sau a celor organizate la postul de radio VOX Costinești. Discuții directe au fost purtate cu 5,000 adolescenți și 520 tineri s-au implicat în concursurile sportive (volei, fotbal). Concursurile tematice au reunit un număr de 850 adolescenți și tineri.

De asemenea, această campanie a fost susținută de un spot radio care a fost difuzat de 5 ori/zi la postul de radio Vox Costinești și de postarea afișului campaniei în trenurile cu destinația București - Constanța – Mangalia și în Gările de pe litoral (Constanța, Eforie Nord, Eforie Sud, Costinești, Neptun, Mangalia).

Comparativ cu anul trecut, tinerii – beneficiarii campaniei de anul acesta s-au dovedit mult mai receptivi la mesajele transmise de către voluntarii Salvați Copiii, venind cu sugestii ce au vizat mărirea impactului campaniei asupra lor (ex. amplasarea la punctul de informare a unor imagini sugestive care să scoată în evidență degradarea ființei umane, existența unor specialiști (psihologi, medici psihiatri) care ar putea discuta „în direct” cu utilizatorii de droguri, difuzarea pe timpul nopții, în spații publice a unor secvențe/filme de scurt metraj care au ca protagoniști utilizatorii de droguri).

De asemenea, informațiile pe care tinerii le au despre droguri sunt inexacte și incomplete. Numai 21% dintre tinerii care au depus chestionarul – tip carte poștală au răspuns corect la întrebările ce vizau verificarea de cunoștințe.

Campania „Marea singura noastră dependență!” a avut și o componentă de evaluare a impactului asupra tinerilor, prin aplicarea de chestionare în timpul desfășurării campaniei.

60% dintre tinerii chestionați au auzit despre campanie (70% de la voluntarii Salvați Copiii, fie ca urmare a intervențiilor acestora la postul de radio Vox Costinești, fie din discuțiile avute cu voluntarii, 55% au auzit prin materiale publicitare ale campaniei - afișaje, bannere, punct de informare iar 20% de la prieteni).

Ca puncte tari ale campaniei, tinerii au identificat dinamismul voluntarilor 50%, calitatea informațiilor transmise de către aceștia 45%, mesajul efektiv al campaniei 43%, conținutul informațional al materialelor 40% și existența concursurilor sportive 30%.

Ca puncte slabe, tinerii au menționat: perioada scurtă de desfășurare a acestui tip de campanie, o slabă promovare pe canalele de televiziune, amplasarea necorespunzătoare a punctului de informare și lipsa de implicare a unor instituții ale statului.

La rândul lor voluntarii implicați în desfășurarea campaniei au menționat ca puncte tari: existența lor ca o echipă unită, întâlnirea unui număr redus de utilizatori de droguri injectabile comparativ cu anul trecut, întâlnirea cu tineri care știau despre campanie de anul trecut, organizarea concursurilor sportive ca alternativă de petrecere a timpului liber, intervențiile lor la postul de radio, condițiile de cazare/masă și vremea bună. Puncte slabe: incapacitatea temporară a unor voluntari de a-și desfășura activitățile specifice din cauza căldurii excesive, întâlnirea cu tineri care refuzau să discute despre riscurile la care se expun atunci când consumă droguri.

Campania **„Marea, singura noastră dependență”**, finanțată de Ministerul Sănătății – Programul Fondul Global de Combatere a HIV/SIDA, Tuberculoză și Malarie se înscrie într-o serie amplă de acțiuni, desfășurate începând cu anul 2000, cu scopul de a reduce rata consumului de droguri în rândul adolescenților și tinerilor prin formarea de comportamente sănătoase, responsabile. În acest sens, activitățile desfășurate de Salvați Copiii cuprind cursuri de formare pentru voluntari, cadre didactice, personalul din centrele de protecție, campanii de inter-relaționare pentru adolescenții și tinerii din școli și licee și campanii media antidrog la nivel național.



# Salvați Copiii

Save the Children, Romania

Anul trecut, Salvați Copiii a desfășurat campania media „Drogurileucid” pentru prevenirea consumului de droguri în rândul tinerilor. În acest an, Salvați Copiii a dezvoltat mesajul campaniei, adresându-se în mod special părinților datorită rolului semnificativ pe care aceștia îl joacă în combaterea consumului de droguri. Desfășurată sub sloganul „Poți să renunți la droguri dacă te lași ajutat”, în perioada iunie-august 2006, campania include spoturi difuzate pe canalele de televiziune și radio, adprint și outdoor.

Pentru activitățile derulate în cadrul proiectului “Prevenirea consumului de droguri în rândul tinerilor”, organizația Salvați Copiii a fost premiată și în 2005 cu distincția “Special Award for continuous Excellence”, în cadrul celei de-a treia ediții a Galei Excelenței în Relații Publice.

**Salvați Copiii România**, un membru activ al Alianței Internaționale Salvați Copiii este o organizație neguvernamentală, non-profit, bazată pe activitatea voluntară a membrilor săi, ce desfășoară activități în beneficiul copiilor, în special celor aflați în dificultate. Înființată în anul 1990, organizația are în prezent filiale în 15 județe, peste 6 000 de membri și beneficiază de activitatea voluntară a peste 3500 de persoane. Salvați Copiii este recunoscută pentru participarea sa activă și capacitatea de coordonare în dezvoltarea studiilor și strategiilor naționale care au un impact direct în sistemul de protecție a copilului în România.

*Sponsorii și partenerii campaniei „Marea, singura noastră dependență”, 2006*

#### *Sponsori*

Elmplant, Tetra Pack, Microsoft România, Editura Litera, Best Foods, Quadrant Amroq Beverages

#### *Parteneri*

Primăria Costinești, Primăria Municipiului Mangalia, Ministerul Transporturilor, Comunicațiilor și Turismului, Școala Nr. 1 „Sfinții Voievozi”, București

#### *Parteneri media*



**COMUNICATEDEPRESA<sup>RO</sup>**



*Pentru mai multe informații suplimentare contactați:*

*Simona Zamfir, Coordonator Proiect, tel: 021 316 61 76, 0721 294 056,*