

## Warszawska kampania „Powstrzymać pijanego kierowcę”

Kiedy słyszymy w TV informację o liczbie pijanych kierowców zatrzymanych podczas kolejnego długiego weekendu przez policję, nie kryjemy naszego oburzenia, czasem używając pod ich adresem „mocnych” słów. My jesteśmy odpowiedzialni i nas to nie dotyczy, co najwyżej możemy obawiać się, aby ktoś taki nie pojawił się na naszej drodze. Czasem spotykamy osoby nietrzeźwe przed sklepem, albo w kolejce do kasy, gdzie robimy zakupy. Zazwyczaj z odrazą odsuwamy się od nich, chyba że są przyzwoicie ubrani, uprzejmi i z humorem odnoszą się do wszystkich wokół siebie. Wówczas możemy „przymknąć oko” na zataczającego się i zabawnie bełkocącego pana (lub panią). Nie usprawiedliwiamy ich, ale też nie chcemy być zbyt krytyczni. Realny problem pojawia się wtedy, gdy dostrzegamy w ich ręce kluczyki do samochodu albo gdy widzimy, jak wsiadają do auta na parkingu przed sklepem, jako kierowcy...

### KAMPANIA „POWSTRZYMAĆ PIJANEGO KIEROWCĘ”

We wrześniu 2017 r. **Ogólnopolskie Stowarzyszenie „RoPSAN – Rodzice Przeciwko Sprzedaży Alkoholu Nieletnim”** rozpoczęło na terenie Warszawy 2-letnią kampanię społeczną pn. „**Powstrzymać pijanego kierowcę**”, realizowaną we współpracy z **Młodzieżową Radą m.st. Warszawy**. Jej integralną częścią są unikatowe w skali europejskiej badania „**tajemniczego klienta – pijanego kierowcy**”. Uczestniczący w badaniu audytor „nietrzeźwy kierowca” miał za zadanie kupić „czteropak” piwa w 100 losowo wybranych stacjach paliw. Jego zachowanie wyraźnie wskazywało, iż znajdują się po wpływie alkoholu (zataczał się, bełkotliwie pytał o godzinę i aktualne promocje, czuć było od niego zapach alkoholu – był skropiony wódką). Audytor „pijany kierowca” trzymał w ręce kluczyki do samochodu, bawił się nimi, kładł je na kupowanym „czteropaku” piwa. Badania powtórzone także w 2018 r. po wysłaniu listów interwencyjnych do menadżerów „nieodpowiedzialnych” stacji oraz prezesów koncernów paliwowych.

**Zakończona w sierpniu 2018 r. druga edycja ww. badań pokazała rzeczywistą skalę nieodpowiedzialnych zachowań sprzedawców w warszawskich stacjach paliw. W ponad połowie spośród 250 przeprowadzonych audytów kasjerzy byli gotowi sprzedać alkohol osobie wyglądającej na pijanego kierowcę (56%). Warto podkreślić, iż w I edycji ww. badań (2017) wynik ten był zdecydowanie gorszy - aż 70% sprzedawców pracujących na stacjach paliw było gotowych sprzedać alkohol nietrzeźwemu kierowcy!!!** Dopiero po interwencji drugiego z audytorów tzw. „trzeźwego kierowcy” sprzedawcy dostrzegali, w jakim stanie znajduje się klient i zaczęli zwracać uwagę na kluczyki do samochodu, które trzymał w ręce: „*Pan przyjechał tu samochodem?*” – nieśmiało zapytało kilku kasjerów. Prawie ¼ interwencji zakończyło się anulowaniem sprzedaży alkoholu. **Zmniejszenie o 1/5 odsetka „nieodpowiedzialnych” sprzedawców (spadek o 20% w stosunku do 2017 r.) to pierwszy i mamy nadzieję nie ostatni efekt naszej kampanii.**

**A więc WARTO BYĆ NIEOBOJĘTNYM I INTERWENIOWAĆ W TAKICH SYTUACJACH !**

Badanie pokazało brak kompetencji w zakresie odmawiania sprzedaży alkoholu i raziącą obojętność niemal połowy warszawskich sprzedawców. Mimo obowiązującego prawa, które zabrania podawania i sprzedaży alkoholu osobom nietrzeźwym – woleli uniknąć „nieprzyjemnej sytuacji”. „Przecież nie będę się kłóciła z pijanym” - stwierdziło kilka kasjerek. „Ależ ja nie mam alkomatu w oczach, nie wiem, czy ktoś jest nietrzeźwy, czy tylko pod wpływem ... Dopóki nie robi awantury, to ja nie widzę problemu, a kluczyki do auta ... chyba wie, co robi, przecież jest dorosły”.

**Największy odsetek „nieodpowiedzialnych” kasjerów, gotowych sprzedać piwo pijanemu kierowcy odnotowano na stacjach paliw Lotos (80%), Lukoil (79%), Moya (75%), BP (74%), Shell (67%) oraz Circle K (62%). Zdecydowanie lepsze wyniki odnotowano na stacjach PKN Orlen, gdzie jedynie co trzeci sprzedawca (32%) był gotów sprzedać piwo „pijanemu kierowcy”, a 68% od razu odmówiło takiej sprzedaży. To zdecydowana poprawa w stosunku do 2017 r. kiedy to wynik ten był niemal 2-krotnie gorszy - 60% kasjerów chciało sprzedać piwo „pijanemu kierowcy”. **Dziękujemy Pracownikom i Kierownictwu firmy PKN Orlen za podjęte w tym zakresie działania i mamy nadzieję, że staną się wzorem dla innych firm.****

#### **A CO TY MOŻESZ ZROBIĆ W TAKIEJ SYTUACJI?**

Przede wszystkim wyrazić swój sprzeciw wobec nieodpowiedzialnego zachowania sprzedawcy, wzywając kierownika stacji i prosząc go, aby podjął interwencję i odpowiednio przeszkolił pracowników. **Możesz także zatelefonować na policję** (tel. 997 lub 112) podając numer rejestracyjny i markę samochodu, do którego wsiadł pijany kierowca. **To nie jest żadne donosicielstwo, to kwestia naszej odpowiedzialności za zdrowie i życie innych ludzi.** Tak zachowało się kilku świadków podczas podobnych badań w Łodzi i Tychach, którzy zatelefonowali na policję podejmując tzw. „interwencję obywatelską”. Spośród 207 świadków badania tylko 9 poparło interwencję audytora „trzeźwego kierowcę”, kiedy zwracał uwagę kasjerce na stacji paliw. Pozostali w milczeniu przyglądali się sytuacji.

#### **ZWRÓĆ UWAGĘ, TO MOŻE URATOWAĆ CZYJŚ ŻYCIE.**

**Prawie ¼ interwencji podjętych w ramach badań na stacjach paliw przez drugiego z audytorów tzw. „trzeźwego kierowcę” OKAZAŁO SIĘ SKUTECZNYCH** i spowodowało anulowanie sprzedaży piwa „pijanemu kierowcy”. W pozostałych przypadkach audytor sam wycofał się z zakupu mówiąc, że zapomniał portfela. **To pokazuje, że warto być NIEOBOJĘTNYM, WARTO REAGOWAĆ !**

Jednym z efektów naszej kampanii było zainicjowanie działań interwencyjnych wobec „nieodpowiedzialnych” stacji paliw. Będziemy współpracować w tym zakresie z samorządami uczniowskimi, szkolnymi radami rodziców oraz pedagogami z warszawskich szkół. Zostaną opracowane specjalne listy interwencyjne podpisane przez uczniów, rodziców i nauczycieli. W szkołach odbędą się debaty dot. postaw i zachowań młodzieży wobec nietrzeźwych kierowców oraz tych, którzy decydują się „usiąść za kółkiem” będąc pod wpływem narkotyków.

Mamy nadzieję, iż przeprowadzone przez nas badania i podjęte w tym kontekście działania interwencyjne doprowadzą do utworzenia aktywnej **Warszawskiej Koalicji na rzecz Odpowiedzialnej Sprzedaży Alkoholu**, do której włączą się różne lokalne środowiska i organizacje pozarządowe. Jednym z kluczowych liderów ww. Koalicji jest **Młodzieżowa Rada m.st. Warszawy**, która współpracuje z samorządami szkolnymi warszawskich szkół. Wspólnie będziemy wywierać presję na nierzetelnych

sprzedawców i menedżerów sklepów oraz konsekwentnie żądać wprowadzenia skutecznych standardów odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu.

**Jednym z celów kampanii jest doprowadzenie do tego, aby każda stacja paliw prowadząca sprzedaż napojów alkoholowych została wyposażona w bezpłatny profesjonalny alkomat, który umożliwiłby sprzedawcom - w razie wątpliwości - sprawdzenie stanu trzeźwości klienta. Alkomat ten służyłby również wszystkim odpowiedzialnym kierowcom, którzy chcieliby upewnić się, czy stężenie alkoholu w ich organizmie mieści się w normie.**

Do współpracy zapraszamy młodzież oraz wszystkich odpowiedzialnych dorosłych - nauczycieli i rodziców, harcerzy i studentów oraz seniorów z klubów i organizacji senioralnych. Wszyscy mamy prawo czuć się bezpiecznie.

**DLATEGO NIE BĄDŹMY OBOJĘTNI,  
KIEDY NA NASZYCH OCZACH KTOŚ TAKI KUPUJE ALKOHOL  
ALBO SIADA ZA KIEROWNICĄ SAMOCHODU.**

Zadanie jest realizowane dzięki dofinansowaniu ze środków Urzędu m.st. Warszawy w ramach Programu Profilaktyki i Rozwiązywania Problemów Alkoholowych m.st. Warszawy.

