

VÝSLEDKY PRIESKUMU PROJEKTU „NA VEKU ZÁLEŽÍ“



Projekt na zamedzenie dostupnosti tabakových výrobkov nepľnoletým

**NEZATVÁRAJME OČI
PRED ZODPOVEDNOSŤOU!**

November 2011

ZÁKLADNÉ ÚDAJE O PRIESKUME

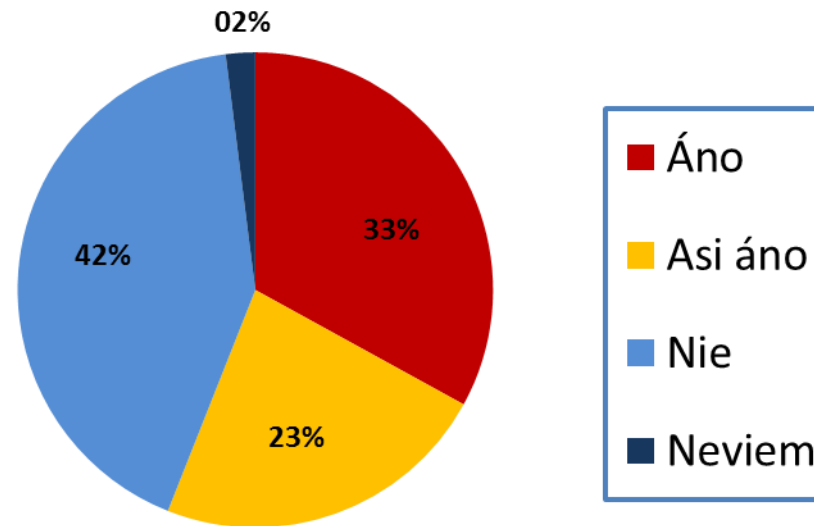
Projekt:	Na veku záleží
Typ prieskumu:	Kvantitatívny prieskum
Spôsob realizácie:	Zber údajov v teréne
Cieľová skupina:	Populácia SR vo veku 15 - 79 rokov
Termín realizácie:	05. – 21. November 2011
Základný súbor:	Populácia SR
Veľkosť vzorky:	604 respondentov

AGENDA

- Znalosť kampane medzi spotrebiteľmi
 - spontánna
 - podporená
- Zásah reklamnej kampane
- Kvalita reklamnej kampane a jej hlavné posolstvo
- Celospoločenský význam kampane
- Postoj verejnosti k predmetu kampane a ku komunikácii s ňou

Spontánna znalosť kampane

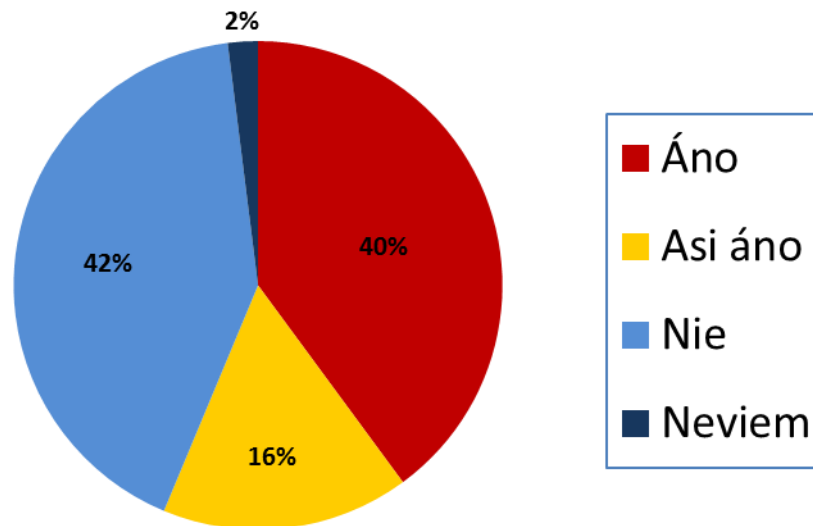
Všimli ste si v poslednom období reklamnú kampaň o zamedzení dostupnosti predaja tabakových výrobkov nepľnoletým, v ktorej sa hovorí „Majme na očiach, zákaz predaja cigariet nepľnoletým“?



- **Spontánna znalosť kampane medzi respondentmi je 56 %**
- 33 % si reklamu všimlo určite a 23 % si ju asi všimlo
- 42 % respondentov kampaň nezaregistrovalo a 2% si nevedia spomenúť

Podporená znalosť kampane

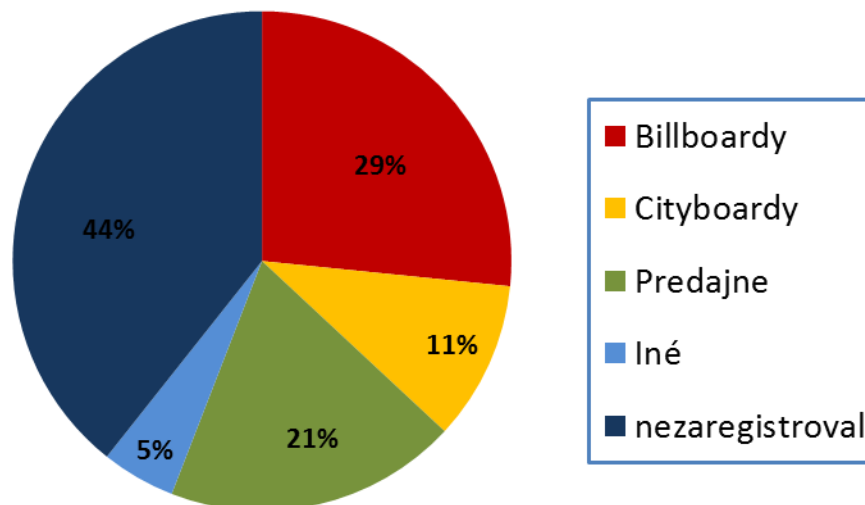
Všimli ste si reklamnú kampaň o zamedzení dostupnosti predaja tabakových výrobkov nepľnoletým?



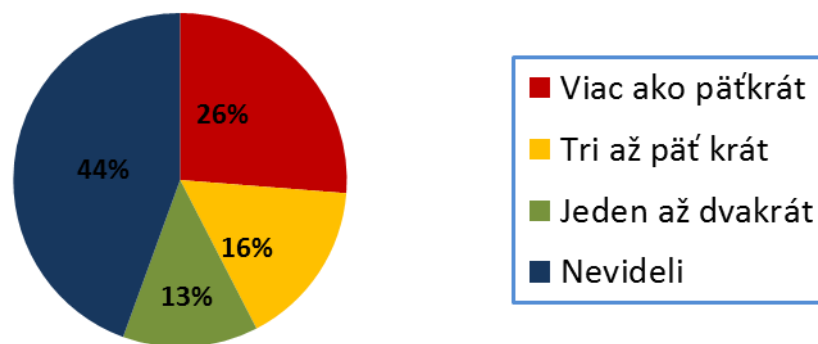
- **Podporená znalosť kampane medzi respondentmi je 56 %**
- Z toho 40 % kampaň zaregistrovalo určite
- 42 % respondentov kampaň nezaregistrovalo a 2% si nevedia spomenúť

Zásah reklamnej kampane

Kde všade ste zaregistrovali túto reklamnú kampaň?

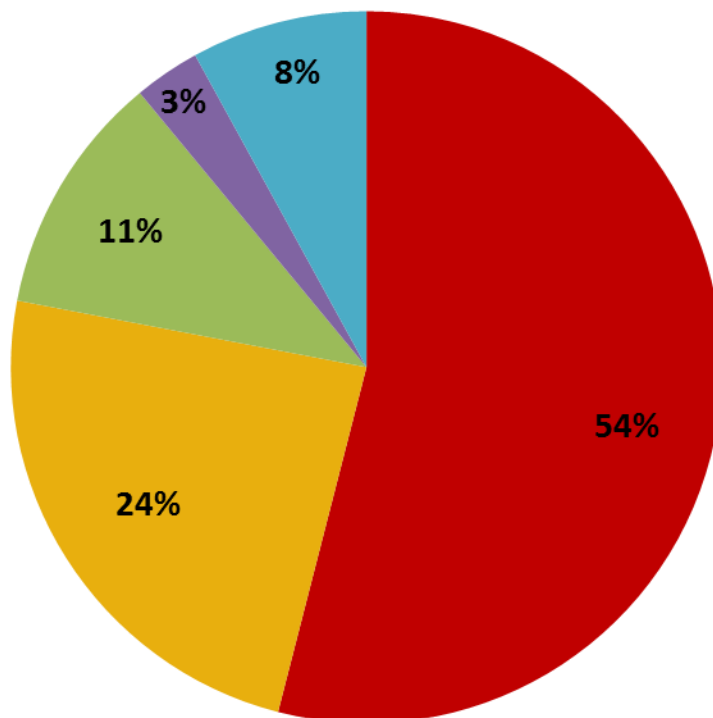


Koľkokrát ste túto reklamnú kampaň zaregistrovali?



Kvalita reklamnej kampane – hlavné posolstvo reklamy

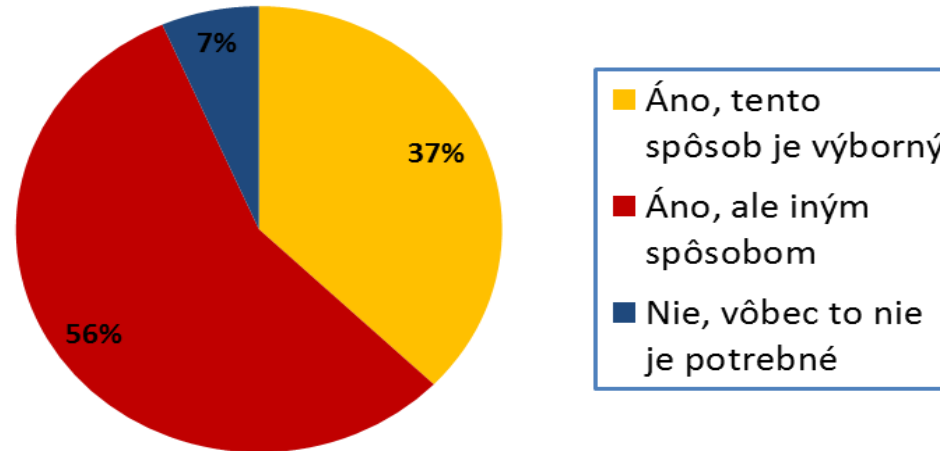
Čo si myslíte, že bolo hlavným posolstvom tejto reklamy?



- Nepredávať cigarety mladším ako 18 rokov/ deťom
- Ovplyvniť verejnú mienku, aby sa nepredávali cigarety mladistvým
- Dôležitosť dodržiavania Zákona o ochrane nefajčiarov
- Iné
- Neviem

Celospoločenský význam kampane

Podľa Vás, je potrebné takýmto spôsobom vzdelávať verejnosť?



- **56 % respondentov súhlasí, že je potrebné v tejto oblasti verejnosť vzdelávať, ale navrhujú ďalšie komunikačné kanály:** Najviac respondentov sa priklonilo k vzdelávaniu na školách a prezentáciu myšlienky v TV. Ako významný komunikačný prostriedok považujú respondenti vhodné aj zintenzívnenie kampane a komunikáciu priamo v mieste predaja pri kúpe tabakových výrobkov
- 37 % respondentov považuje prebiehajúcu kampaň za vhodný spôsob prezentácie hlavnej myšlienky cieľovej skupine
- Medzi iné spôsoby vzdelávania verejnosti považujú respondenti kľúčový postoj rodiny a výchovu priamo v rodine, ako aj potrebu častejšej komunikácie na verejnosti o tejto téme a komunikáciu prostredníctvom internetu
- **88 % respondentov súhlasí, že o tejto téme je potrebné komunikovať s verejnosťou, naopak ako potrebné to nepovažuje iba 5 % respondentov a 6 % sa k otázke vyjadriť nevedelo**
- **Až 54 % respondentov si myslí, že kampaň má šancu ovplyvniť verejnú mienku. Opačný názor má 36 % respondentov**



Vnímanie významu kampane podľa veku respondentov

- **91% respondentov vo veku 40 – 55 rokov si uvedomuje potrebu komunikácie v tejto oblasti, podľa veku predstavuje práve skupinu rodičov mladistvých do 18 rokov.**
- **60% respondentov z rovnakej vekovej skupiny 40 – 55 rokov si myslí, že takáto forma komunikácie môže ovplyvniť a zmeniť verejnú mienku**
- **Najnižšiu dôležitosť tejto komunikácii priraduje 86% opýtaných z vekovej skupiny 15 – 26 rokov, čo je alebo v nedávnom čase bola skupina, ktorej sa táto téma priamo dotýka**



Gestor projektu

Zväz obchodu a cestovného ruchu SR

Partneri projektu

Slovenská obchodná inšpekcia

AHOLD Retail Slovakia

BILLA

Carrefour – Retail Value Stores

CBA SK

COOP Jednota Slovensko

GG TABAK

Kaufland Slovenská republika

Tesco STORES SR

Projekt podporujú

Ministerstvo hospodárstva SR

Úrad verejného zdravotníctva SR



www.navekuzalezi.sk

Ing. Bohumila Tauchmannová

členka predstavenstva ZOČR SR

Zväz obchodu a cestovného ruchu SR

Bajkalská 25, 827 18 Bratislava

Mob.: 0903 424 445

e-mail: tauchmannova@incoma.sk

www.biznis.sk

NA VEKU ZÁLEŽÍ