Tisková zpráva

**Suchej únor upozorňuje na rizikové pití alkoholu.**

**Letos míří osvěta také do firem. Zapojíte se i vy?**

*Praha 1. únor 2022 -* **Tradiční zdravotně osvětová kampaň se již desátým rokem snaží prověřit vztah veřejnosti k alkoholu a změnit zaběhlé návyky. Důvodem je nadměrná spotřeba alkoholu v ČR a rizikové pití. Rizikově u nás pije více než 1 000 000 lidí. Řada pacientů se pak v důsledku závislosti na alkoholu a dalších psychoaktivních látek dříve či později ocitá v péči dalších zdravotnických zařízení. Což ukazují i data Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR. Zatímco v roce 2018 činily celkové náklady ZP MV ČR na léčbu závislostí 245 milionů korun, jen za jedenáct měsíců loňského roku už náklady přesáhly 300 milionů korun.**

*„Převážnou část představují náklady na léčbu komplikací, které vyžadují hospitalizaci, jen za tři roky se tyto náklady zvýšily o 25 %.  Například za léčbu alkoholického onemocnění jater uhradila ZP MV ČR během čtyř let přes 11 milionů korun. Počet pacientů, léčených pro určitý druh závislosti se ale v meziročním srovnání výrazně nezměnil.  V současnosti evidujeme celkem 12 500 pojištěnců, z nichž více než 60 % tvoří muži.  Velmi znepokojivé ale je, že roste počet dětských pojištěnců. Každoročně evidujeme kolem 400 dětí, které jsou v péči adiktologů,“*uvádí **Zdeňka Salcman Kučerová, ředitelka Úseku zdravotnického, ZP MV ČR.**

Zdravotní pojišťovnu ministerstva ČR vyjde jeden rok léčby závislostí jednoho pojištěnce v průměru přes 25 tisíc korun. Zdravotní pojišťovna v rámci reformy psychiatrické péče proto podporuje vznik nových adiktologických pracovišť a center duševního zdraví.

Kampaň, které se loni zúčastnilo přes milion lidí, letos přináší řadu novinek. Příkladem je průvodce světem alkoholu pro „nezávislé české firmy” nebo data o pozitivním dopadu na 53 % účastníků kampaně. Organizátory kampaně letos inspirovala rostoucí poptávka českých firem po konceptu „zdravého prostředí pro zaměstnance“. A to i ve vztahu k rizikovému užívání alkoholu.

*“V naší zdravotní pojišťovně se denně setkáváme s dopady rizikového užívání alkoholu. Proto považujeme za důležitou co nejlépe cílenou osvětu. Podstatnou část bdělého života trávíme v práci a přijde nám tak důležité působit na zaměstnavatele, aby vytvářeli takové pracovní prostředí, kde se bude s riziky nadměrné spotřeby alkoholu počítat. V rámci osvěty, firemní kultury i podpory zaměstnanců,”* vysvětluje důležitost tématu **Denisa Kalousková, ředitelka obchodně organizačního úseku.** ZP MV ČR**,** se ke kampani jako hlavní partner připojuje již třetím rokem.

*Koneckonců, každý 7. dospělý, kterého potkáme v práci, je potenciálně rizikový konzument. Stejně tak se pouštíme do tématu konzumace více či méně alkoholických nápojů dětmi,”*dodává **Petr Freimann,** ředitel neziskové organizace Suchej únor, která kampaň pořádá.

Pravidla jsou jednoduchá. Celý únor ani kapku alkoholu. Účastníci „Sucháče” se mohou tradičně **registrovat k výzvě na stránkách** [**www.suchejunor.cz**](http://www.suchejunor.cz).

*KONTAKT:*

*Jana Schillerová*

*Tisková mluvčí ZP MV ČR*

*tel.: +420 724 859 342*

*e-mail: jana.schillerova@zpmvcr.cz*

***Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR*** *je s více než 1,3 milionu klientů druhou největší zdravotní pojišťovnou v zemi. Na českém trhu působí už od roku 1992 a má smlouvy se všemi významnými zdravotnickými zařízeními. Pojišťovna získala ocenění Finančně nejzdravější zdravotní pojišťovna v zemi, a to pro rok 2020 i 2021.*