

KOMUNIKAT PRASOWY

Warszawa, 16 lipca 2026 r.

Ponad 350 tysięcy uczestników i jeden prosty przekaz. „Drink More Water” ponownie na największych wydarzeniach w Polsce

Letni sezon wydarzeń studenckich i muzycznych to okazja do rozmów o odpowiedzialnej zabawie dzięki nowej odsłonie kampanii edukacyjnej „Drink More Water”. Wśród tysięcy uczestników organizatorzy rozdają wodę i zachęcają młodych dorosłych do podejmowania świadomych decyzji.

„Drink More Water” to międzynarodowa kampania edukacyjna promująca odpowiedzialną konsumpcję alkoholu wśród młodych dorosłych. Program wywodzi się z realizowanej od ponad 17 lat inicjatywy Responsible Party, prowadzonej przez Grupę Pernod Ricard we współpracy m.in. z Erasmus Student Network.

Tam, gdzie bawią się młodzi dorośli

Od początku programu Polska jest jednym z krajów aktywnie realizujących kampanię. Co roku strefa „Drink More Water” pojawia się podczas największych juwenaliów, festiwali oraz wydarzeń kulturalnych, zachęcając uczestników do prostego nawyku – regularnego sięgania po wodę podczas zabawy.

W tegorocznej edycji kampania była obecna na juwenaliach m.in. w Warszawie, Katowicach czy Zielonej Górze. Łącznie wszystkie wydarzenia, na których obecna była strefa Drink More Water, zgromadziły ponad 350 tysięcy uczestników, znacząco zwiększając zasięg tegorocznych działań edukacyjnych programu.

W tym roku odwiedzający strefę „Drink More Water” mogli skorzystać z interaktywnego quizu edukacyjnego za pośrednictwem kodu QR. Pozwalał on sprawdzić wiedzę na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, zweryfikować popularne mity i poznać praktyczne wskazówki dotyczące bezpiecznej zabawy.

*– Podczas wydarzeń, na których jesteśmy obecni, pokazujemy młodym dorosłym, że odpowiedzialność i dobra zabawa mogą iść w parze. Rozmawiamy z nimi ich językiem, dlatego do współpracy zapraszamy ambasadorów w podobnym wieku. Dzięki temu, komunikacja jest bardziej autentyczna i bliższa codziennym doświadczeniom odbiorców. „Drink More Water” to nie tylko przypomnienie o wypiciu szklanki wody. To także pokazanie, że proste wybory mogą sprawić, że impreza będzie bardziej komfortowa i bezpieczna. W tym roku odświeżyliśmy również identyfikację wizualną kampanii, aby jeszcze lepiej odpowiadała stylowi komunikacji młodych dorosłych. Stawiamy na prosty, angażujący przekaz i obecność tam, gdzie faktycznie są nasi odbiorcy – mówi **Kamila Czaban, S&R Manager i liderka projektu Drink More Water w Wyborowa Pernod Ricard.***

Program nie ogranicza się jednak wyłącznie do juwenaliów. W tym sezonie kampania była również obecna podczas **Warsaw Music Festival**, docierając do kolejnych uczestników wydarzeń muzycznych.

W następnych miesiącach planowane są kolejne aktywacje podczas największych imprez i festiwali, dzięki którym przekaz kampanii będzie towarzyszył uczestnikom przez cały sezon letni.

Edukacja przez cały rok

Działania w ramach kampanii „Drink More Water” oraz jej odsłony premium – „Split Drinks”, koncentrują się przede wszystkim w maju i czerwcu – w okresie, gdy młodzi dorośli najczęściej uczestniczą w wydarzeniach plenerowych i studenckich. Program jest aktywnie obecny również w mediach społecznościowych, gdzie jego tegoroczny przekaz dotarł do 5,4 mln młodych dorosłych. Na profilach kampanii na Instagramie i Facebooku publikowane są treści dotyczące odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, bezpiecznych wyborów i odpowiedzialnej zabawy – przygotowane w języku i formie bliskiej pokoleniu Gen Z.

Kampania obejmuje także działania skierowane do pracowników Wyborowa Pernod Ricard. W ramach komunikacji wewnętrznej firma realizuje cykliczne szkolenia oraz przygotowuje materiały edukacyjne, które pomagają oddzielać fakty od mitów dotyczących spożywania alkoholu. Pracownicy i pracowniczki mogą poszerzać swoją wiedzę na temat odpowiedzialnych postaw oraz korzystać z praktycznych wskazówek dotyczących bezpieczeństwa podczas spotkań towarzyskich – zarówno z perspektywy gospodarza, jak i uczestnika.

Międzynarodowy zasięg programu

Polska jest częścią międzynarodowego programu „Drink More Water”, realizowanego przez Grupę Pernod Ricard w ponad 60 krajach. Kampania łączy działania edukacyjne online z obecnością podczas wydarzeń plenerowych, docierając do milionów młodych dorosłych na całym świecie. Dotychczas globalnie osiągnęła ponad 400 mln zasięgu w mediach społecznościowych i dotarła do ponad 9 mln uczestników wydarzeń.

Dowiedź się więcej o programie: www.drinkmore-water.com

Odwiedź profile programu Drink More Water na Instagramie oraz Facebooku.