



TOURNÉE MINÉRALE
Een maand zonder alcohol

Communicatie naar algemeen publiek.
Succesfactoren en valkuilen



Concept

- Oproep aan alle Belgen: drink in februari geen alcohol
- Samenwerking tussen VAD/De DrugLijn en Stichting tegen Kanker
- 2017 eerste editie.
Wederkerende actie, terug in 2018



Stichting
tegen Kanker



Doelstellingen van de campagne



De bevolking
laten stilstaan
bij
alcoholgebruik



Sensibilisering rond
risico's van alcohol



Alcoholgebruik
laten dalen



Geld inzamelen
voor kanker-
onderzoek

TOURNÉE MINÉRALE TOURNÉE MINÉRALE

7

RESULTATEN 2017



1



122.460
Deelnemers

75% Nederlandstaligen
25% Franstaligen

2



3.124
Teams

1. Nooit meer diëten
2. Agfa
3. AXA bank

3



€229.369+
Fondsenwerving

82% Donaties
18% Projecten

4



51.880
Pagina likes

32% 25-34 jaar
26% 35-44 jaar
19% 45-54 jaar

7

RESULTATEN 2017



5



6.593.738
Facebookbereik

8% engagement rate

6



701.497
Unieke webbezoeken

www.tourneeminerale.be

7



500+
Persvermeldingen

18 TV
10+ Radio
224 Print
172 Online



Achtergrondinformatie

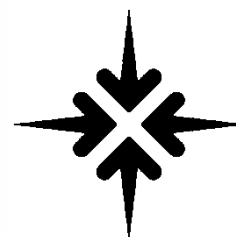


Gebruik van alcohol

82% boven 15 jaar

51% drinkt meer dan 11
glazen per week

19% mannen &
10% vrouwen drinken
dagelijks



Impact van alcohol

Gerelateerd aan +200
ziekten en verwondingen

3^e oorzaak ziekte en
vroegtijdig overlijden in
Europa

10 tot 30% van de
bedrijfsongevallen



Voordelen van een maand stoppen

Korte termijn: meer
energie, verbeterde
slaap, gezond gewicht,
geld besparen, mooiere
huid

Bewuster over alcohol



Doelgroep



Actieve Belgische
bevolking

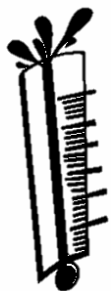


Focus op 25 – 55 jaar
Zowel individuen als teams





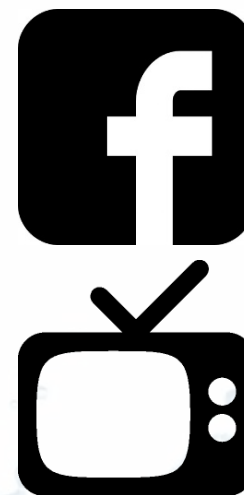
Evaluatie editie 2017



Succes groter
dan verwacht



Samenwerking
VAD – Stichting
tegen kanker:
Gecombineerde
sterktes



Belang van
combinatie
sociale en
traditionele
media



Positieve insteek
werkt

Deelnemers
voelen zich goed
in hun vel



**Februari
2018**