



Fundación Instituto Tecnológico para la Seguridad del Automóvil



Con la colaboración de la Dirección General de Tráfico (DGT)

Cerveceros de España, 5.500 autoescuelas y 5.300 estaciones de servicio lanzan una campaña sobre la incompatibilidad del alcohol y la conducción

- *“La Carretera te pide SIN” difundirá mensajes educativos y preventivos mediante la distribución de 12.000 carteles, 385.000 postales, 200.000 pegatinas y 200.000 llaveros, además de una campaña publicitaria en prensa, vallas y traseras de autobuses*
- *La iniciativa se desarrollará durante los meses estivales en todas las Comunidades Autónomas, coincidiendo con la Operación Salida y Retorno de la DGT*
- *La campaña propone la alternativa de cerveza SIN para aquellos consumidores de cerveza que vayan a conducir*

Madrid, 15 de julio de 2005.- 5.500 autoescuelas y 5.300 estaciones de servicio de toda España participan en la campaña “La Carretera te pide SIN”, una iniciativa de carácter educativo y preventivo promovida por Cerveceros de España que, en su quinta edición, pretende contribuir a transmitir a la opinión pública en general, y a los jóvenes en particular, que el consumo de alcohol y la conducción son incompatibles. La campaña ha sido presentada hoy en Madrid por Pere Navarro Olivella -director general de Tráfico-, Jacobo Olalla Marañón -director general de Cerveceros de España-, José Miguel Báez -presidente de la Confederación Nacional de Autoescuelas (CNAE)- y Álvaro Mazarrasa -secretario general de la Asociación Española de Operadores de Productos Petrolíferos (AOP)-. Otras instituciones que colaboran en la difusión de la campaña son el Real Automóvil Club de España (RACE), RACC Automóvil Club, la Asociación Española de la Carretera (AEC), Ayuda del Automovilista (ADA), la Fundación Instituto Tecnológico para la Seguridad del Automóvil (FITSA), el Comisariado Europeo del Automóvil (CEA) e International Rotary.

Los mensajes de la campaña “La Carretera te pide SIN” se difundirán a nivel nacional mediante la distribución de 12.000 carteles, 385.000 postales, 200.000 pegatinas y 200.000 llaveros en autoescuelas y estaciones de servicio de todo el país durante los meses estivales, en los que se llevan a cabo una gran cantidad de desplazamientos por carretera. Además, esta iniciativa se verá reforzada con una campaña de publicidad, que se iniciará hoy 15 de julio y se prolongará hasta finales de agosto, en los principales periódicos, en vallas panorámicas de toda la geografía española y en traseras de autobuses de largo recorrido.

“Evita coger el coche si tienes pensado beber alcohol, mejor utiliza el transporte público”, “si tienes la obligación de conducir, mejor toma cerveza sin alcohol” y “no olvides que el límite legal de conducción es 0,3 gr. de alcohol por litro de sangre durante los dos primeros años de carné”, son algunos de los mensajes que los conductores podrán encontrar en el material gráfico de esta campaña.

“Cerveceros de España apuesta por los programas educativos y preventivos como los mejores canales para hacer llegar, a los conductores en general y a los jóvenes en particular, mensajes sobre una conducción responsable, ya que se ha comprobado que las medidas prohibitivas suelen generar la respuesta contraria a la deseada”, afirma Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España.

“La Carretera te pide SIN”, reconocida por la Comisión Europea

“La Carretera te pide SIN” ha sido seleccionada por la Comisión Europea para formar parte del Convenio Europeo de Carreteras Seguras (European Road Safety Charter), que pretende reducir a la mitad las víctimas de accidentes de tráfico en la Unión Europea antes del 2010. La suscripción de este Convenio implica un compromiso concreto que deberá contribuir directa o indirectamente con dicho objetivo.

“El hecho de que la Comisión Europea haya seleccionado la campaña ‘La Carretera te pide SIN’ es una gran satisfacción, ya que supone el reconocimiento al esfuerzo e interés que hemos puesto en esta iniciativa desde sus inicios en 2001”, afirma Jacobo Olalla Marañón.

El alcohol y la conducción en los jóvenes

Las entidades promotoras de la campaña coinciden en la importancia y el interés que supone para la sociedad en general la puesta en marcha de este tipo de iniciativas pero resaltan, sobre todo, la importancia de la educación al joven conductor.

No hay que olvidar que, según el estudio “Alcohol, Jóvenes y Conducción”, realizado en 2002 por la Universidad Carlos III de Madrid y para el que se realizaron cerca de 5.000 encuestas, el 18,47% de jóvenes consultados en zonas de ocio durante las noches de los fines de semana tenían pensado conducir esa noche. De ellos, el 80% declaró haber consumido algún tipo de bebida alcohólica, mientras que, de los que tenían previsto conducir (18,47%), un 30% superó los niveles de alcoholemia permitidos (0,25mg/l aire espirado). De las conclusiones del citado estudio se desprende, por tanto, que del total de jóvenes encuestados, el 5,56% tenía previsto conducir y rebasaba el nivel de alcoholemia.

La investigación indicó también que un 43% de los jóvenes que salen de copas los fines de semana ingiere de forma exclusiva bebidas de alta graduación; un 12% bebidas de graduación media como vino, calimochos o vermouth, y un 8% se decanta por el consumo de cerveza. A pesar de que esta bebida no es la protagonista del problema, Cerveceros de España, como el resto de organismos participantes en la campaña “La Carretera te pide SIN”, cree relevante seguir contribuyendo a concienciar a los jóvenes sobre la incompatibilidad que supone beber alcohol cuando se tenga pensado conducir.

La cerveza SIN, una alternativa para aquellos que van a conducir

Cerveceros de España recomienda que no se consuma cerveza con alcohol cuando se va a conducir, a pesar de su baja graduación alcohólica (4-5 grados frente a, por ejemplo, los 12-14 del vino o los 40-50 de las bebidas destiladas). Por ello, la campaña ofrece como alternativa la cerveza “sin”, que cada vez goza de más adeptos en nuestro país. No hay que olvidar que España es líder de la UE en la producción de esta variedad de cerveza.

Las empresas cerveceras, en su afán de proporcionar productos que se adecuen a la demanda de los consumidores, disponen en la actualidad de distintos tipos de cerveza sin alcohol de gran calidad, algunas con trazas de alcohol que se acercan al 1% y otras variedades de cerveza “sin” cuyas trazas de alcohol son incluso nulas (tipo *zero*). Todas ellas cumplen con la normativa vigente.

Es imposible dar positivo tomando cerveza “sin” porque sería necesario, por ejemplo, en el caso de un varón de 70 kg, tomar más de 30 cervezas “sin” (20cl, 0,5 grados) en una sola ingesta (6 litros, lo que es físicamente imposible) para superar los límites legales de alcohol en sangre para conducir (0,5g/l).

La campaña de publicidad

La creatividad de “La Carretera te pide SIN” se caracteriza por el uso de un lenguaje de carácter positivo y educativo para transmitir a los jóvenes los mensajes de la campaña, sin apelar al temor o la represión. En la imagen, aparecen tres carreteras, cada una de las cuales tiene forma de una letra que en conjunto dan lugar a la palabra SIN, pretendiendo mostrar que es la propia carretera la que demanda que no se consuma alcohol cuando se va a conducir.

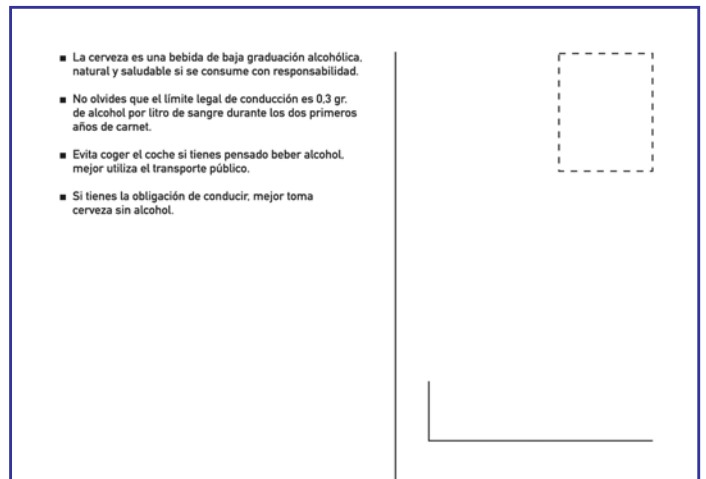
La inversión publicitaria para la quinta edición de “La Carretera te pide SIN” ha sido de más de 200.000 euros. El plan de medios incluye:

- La inserción de la campaña en periódicos nacionales como Marca, El País, El Mundo, ABC, La Razón, El Correo Español y La Vanguardia.

- 1.100 vallas panorámicas en las carreteras de 45 ciudades españolas.

- La colocación, del 15 de julio al 31 de agosto, de la imagen de la campaña en las traseras de 14 autocares de largo recorrido con una cobertura geográfica que abarcaría las siguientes ciudades: Barcelona, Zaragoza, Logroño, Burgos, Palencia, Zamora, Benavente, Astorga, Ponferrada, Gijón, Lugo, Santiago de Compostela, Madrid, Ecija, Carmona, Sevilla, Huelva, Cartaya, Lepe, La Antilla, Isla Cristina y Ayamonte.

En todas las Comunidades Autónomas, la campaña se apoyará igualmente con acciones de comunicación y relaciones públicas.



Para más información:

Ángela Rubio/Marta Avilés
91 384 67 11 / 21
angela_rubio@es.bm.com
marta_aviles@es.bm.com