



Dentro de la campaña "Nunca es demasiado tarde, pero a veces sí demasiado pronto" de Cerveceros de España

VICENTE DEL BOSQUE Y NEREA RODRÍGUEZ PROMUEVEN EL CONSUMO CERO DE ALCOHOL EN MENORES

- El sector cervecero busca "mayores extraordinarios" para convertirse en protagonistas de la próxima campaña de la asociación sobre consumo cero en menores
- La iniciativa apela a la capacidad prescriptora de los mayores, a los que el 80 % de los jóvenes actuales considera un referente cuando eran menores y vivían las primeras etapas de la adolescencia

MADRID.09.07.2019.- El exentrenador de la selección española de fútbol Vicente del Bosque y la cantante y actriz Nerea Rodríguez son los protagonistas de la primera fase de la campaña de concienciación sobre consumo cero en menores de Cerveceros de España. Bajo el lema "**Nunca es demasiado tarde, pero a veces sí demasiado pronto**", la iniciativa apela a la figura de los "**mayores extraordinarios**" del entorno de los menores como prescriptores ideales para la transmisión de hábitos de vida saludables y pautas de consumo cero hasta cumplir los 18 años.

Cerveceros une a la población menor, simbolizada por Nerea Rodríguez que acaba de alcanzar la mayoría de edad, y a los "mayores extraordinarios" (personas de más de 65 años activas, autónomas, con plena competencia psíquica y física, integradas en la sociedad y con relaciones sociales intensas), representados por Vicente del Bosque. Ambos profesionales iniciarán la campaña con una llamada de atención directa recordando la [importancia del consumo cero en menores](#) y, en una segunda fase de la iniciativa, invitarán a los jóvenes a presentar a los mayores extraordinarios anónimos existentes en España.



Puedes consultar los videos de Nerea Rodríguez y de Vicente del Bosque en: https://youtu.be/MFEpS0g_Wyg (conversación entre Nerea Rodríguez y Vicente del Bosque) <https://youtu.be/3ujl1t1f5Tc> (video campaña consumo cero en menores)



"En la actualidad, las personas mayores de 65 años forman parte activa de la sociedad, no han visto frenada su actividad por el paso de los años e incluso han encontrado nuevas formas de disfrutar plenamente de su tiempo libre. Estas características les hacen estar muy cerca de los menores afectivamente y por eso, hemos querido aprovechar su capacidad de influencia para recordar el mensaje de alcohol cero en menores. Son el vivo ejemplo de que nunca es tarde para hacer todo lo que uno quiera, pero también son esenciales para recordar que a veces puede ser demasiado pronto para hacer algunas cosas, como es el consumo de alcohol cuando eres menor de edad", afirma Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España.

Referencia y sintonía intergeneracional

La cercanía define la relación que mantienen los menores con los mayores de su entorno durante la niñez y las primeras etapas de la adolescencia. Así, según los [resultados de una encuesta de Cerveceros de España](#) realizada para identificar los prescriptores ideales para los menores, más del 80 % de los jóvenes considera que durante el principio de la adolescencia la vida de los mayores de su entorno fue un referente, y acudían y siguen acudiendo a ellos, por su experiencia (40,5 %) y sabiduría (40,2 %). Además, más de la mitad concedía gran importancia a sus consejos y reflexiones en lo relativo a la promoción de hábitos de vida saludables.

Además, la mayoría de los jóvenes consultados define a los mayores actuales como activos (65 %), divertidos (76 %), vitales (71,8%) e inquietos (57,5 %), características que despertaron su interés cuando eran menores y vivían las primeras etapas de la adolescencia.

Esta sintonía intergeneracional facilita el acercamiento real a los temas que interesan a los menores. De hecho, para el 60 % de los jóvenes, las reflexiones de los mayores de su entorno eran muy importantes cuando vivían su primera adolescencia, especialmente en lo referente a cero consumo de alcohol.

"Estos mayores extraordinarios son modelos a seguir, personas con las que hablar y compartir y referencias durante la primera adolescencia. Este vínculo que parece existir entre los menores y los mayores activos de su entorno es un activo que debemos tener muy en cuenta para acercarles el mensaje de consumo cero de alcohol" afirma Jacobo Olalla Marañón.

Buscando otros "mayores extraordinarios"

Cerveceros de España quiere hacer protagonistas a esos mayores anónimos, capaces de inspirar a los menores de su entorno y de transmitir que en la vida hay ocasiones donde **"nunca es demasiado tarde, pero a veces sí demasiado pronto"**.



La campaña hará un llamamiento a través de Nerea Rodríguez y Vicente del Bosque para presentar las candidaturas y dar a conocer la historia de los mayores extraordinarios de nuestro país a través de la [web Cervecear](#).

Los dos mayores seleccionados por su historia y habilidades excepcionales que demuestren que "nunca es demasiado tarde" se convertirán en la imagen de la segunda fases de la campaña de concienciación sobre el consumo cero de alcohol en menores y recordarán que "a veces sí demasiado pronto".

SOBRE CERVECEROS DE ESPAÑA

Cerveceros de España es la entidad que representa en nuestro país desde 1922 a la práctica totalidad de la producción de cerveza en España. Esta asociación fue fundada por las compañías cerveceras: MAHOU SAN MIGUEL, HEINEKEN ESPAÑA, DAMM, HIJOS DE RIVERA, COMPAÑÍA CERVECERA DE CANARIAS Y GRUPO AGORA, que producen en España las principales marcas; a las que se están sumando las nuevas compañías cerveceras distribuidas por todo el territorio nacional.

Toda la información sobre Cerveceros de España:

Ketchum | equipo.cerveceros@omnicomprgroup.com | 91 760 32 00
<http://www.cerveceros.org>

Cerveceros de España recomienda el consumo responsable