

EL DÍA MUNDIAL DEL CONSUMO RESPONSABLE ALCANZÓ A MÁS DE 1.000.000 DE PERSONAS EN TODO EL PAÍS

Empleados de Cervecería y Maltería Quilmes, CCU Argentina y Cervecería Argentina Isenbeck recorrieron diferentes ciudades del país concientizando sobre el consumo responsable y la venta de bebidas con alcohol.



Buenos Aires, 16 de septiembre de 2016 – En el Día Mundial del Consumo Responsable de bebidas con alcohol, las principales compañías cerveceras del país, integrantes de Cerveceros Argentinos, se unieron con el objetivo de concientizar a la sociedad sobre la importancia del consumo y venta responsable de bebidas con alcohol.

En esta segunda edición realizada como Cerveceros Argentinos, bajo el lema #YoElijo #VentaResponsable, más de 2.000 empleados de las tres principales compañías cerveceras recorrieron 10 ciudades del país para promocionar el consumo y la venta responsable de bebidas con alcohol. En total, se alcanzaron más de 1.000.000 de personas con los mensajes de Consumo Responsable, entre ellos consumidores, comerciantes, conductores, Gobierno, educadores, mozos y bartenders.

Se establecieron diferentes puntos de encuentro en Buenos Aires, Neuquén, Córdoba, Mar del Plata, Corrientes, Rosario y Tucumán para reforzar el compromiso firmado por los líderes de las tres compañías el año pasado y trabajar juntos en una serie de objetivos globales con el fin de fomentar el consumo responsa-

ble en línea con la estrategia mundial para la reducción del consumo nocivo de bebidas con alcohol de la Organización Mundial de la Salud.

Los objetivos globales a los que suscribieron las tres cerveceras más importantes de la Argentina estuvieron enfocados en 5 ejes:

- Reducir el consumo de bebidas con alcohol en menores de edad.
- Intensificar y expandir los códigos de buenas prácticas de comunicación y marketing.
- Proporcionar información al consumidor y apoyar la innovación responsable de productos.
- Reducir la conducción de vehículos bajo los efectos del alcohol.
- Captar el apoyo de los comercios minoristas para reducir el consumo nocivo de bebidas con alcohol.

Alejandro Berlinger, Director Ejecutivo de Cerveceros Argentinos, comentó: “Estamos orgullosos de haber realizado esta gran acción en conjunto con las tres principales empresas de cerveza del país por segundo año consecutivo. Unificando fuerzas, logramos llegar a una mayor cantidad de personas dejando un mensaje sobre el consumo responsable a la sociedad. Esta es una de las tantas acciones que realizaremos en pos de beneficiar a la comunidad”.

Cabe destacar que este año, Cerveceros Argentinos acordó con la Cámara Argentina de Destiladores Licoristas y Bodegas de Argentina, pautas de autorregulación publicitaria que cubren seis grandes temas sobre los cuales se basa la publicidad de bebidas con alcohol. Como condición general, todos los mensajes publicitarios deben estar orientados a personas mayores de 18 años y representados por gente mayor de edad, de por lo menos 25 años, y que tal edad se refleje en sus caracterizaciones.

Los 6 puntos del acuerdo de autoregulación son:

1. Del contenido y orientación general: el contenido de los mensajes publicitarios deberá responder a hechos, actos y/o testimonios auténticos y verificables.
2. De las formas de los mensajes publicitarios: los mensajes deben evitar toda manifestación erótico-pornográfica y/o de violencia física o mental que agreda la sensibilidad.
3. De la lealtad comercial: evitar atacar a la competencia; generar engaños o confusiones del público sobre la procedencia y/o denominación de calidad del producto que se publicita. No formular afirmaciones que no sean exactas, entre los puntos más destacados.
4. Publicidad Digital: todas las normas presentes en esta Autorregulación son aplicables a todas las plataformas, incluyendo la Publicidad Digital.
5. Normativa vigente: los anunciantes deberán cumplir, en toda su publicidad, con la Ley Nacional de Lucha Contra el Alcoholismo, así como con las normas vigentes de Lealtad Comercial y Defensa del Consumidor, y en particular las normas sobre suministro de información verdadera, completa y que no induzca a error la consumidor.
6. Del organismo de Control: cada uno de los firmantes de este código será un monitor de los medios en el cumplimiento de estas medidas y apelará a la buena disposición de cada una de las Cámaras de la industria de bebidas alcohólicas para el cumplimiento de este código. Cualquier infracción que se detecte, se debe avisar a la Cámara en cuestión, para que revierta la situación. En caso extremo, la queja podrá ser elevada al Consejo de Autorregulación Publicitaria (CONARP).

El Día Mundial del Consumo Responsable se celebró en simultáneo en México, Brasil, Rusia, China, Canadá, España, Italia y Ucrania, entre otros países. Este esfuerzo conjunto en toda la Argentina multiplica el alcance

y el impacto de distintas iniciativas para promover el consumo y la venta responsable de alcohol.

Extendemos la invitación a toda la comunidad para amplificar los mensajes de esta campaña y acceder a las fotos del evento a través de las redes sociales utilizando los hashtags:

#YoElijo

#Venta Responsable

#ConsumoResponsable

FanPage: Cámara Cervecera

Acerca de la Cerveceros Argentinos

Fundada en 1954, la Cámara de la Industria Cervecera y Maltera es la asociación que representa a los principales de productores de cerveza, malta y comercializadores de cebada de la Argentina. Actualmente sus asociados son: Cervecería y Maltería Quilmes, CCU Argentina, Cervecería Argentina Isenbeck, Cargill, Maltería Pampa, TaiPan Malting, Maltear Argentina, Toepfer, y Cerfoly.

Contactos de Prensa

Ana Laura Estevez | Edelman | ana.estevez@edelman.com | 4315-4020 interno 163

