



## I Jornadas Nacionales sobre Juventud y Alcohol en Palma

Los días 3 y 4 del pasado mes de Noviembre, tuvieron lugar en Palma de Mallorca las I Jornadas Nacionales sobre Juventud y Alcohol organizadas por la Fundación Alcohol y Sociedad, en colaboración con la Fundación Viure i Conviure de la Obra Social de Caixa Catalunya. Durante las jornadas, que se desarrollaron en el Auditorio de la ciudad, se dieron cita expertos, entidades implicadas en la prevención, representantes de administraciones públicas y profesionales de la salud y la enseñanza que abordaron desde distintos puntos de vista la problemática del alcohol en la juventud. ■ Págs. 6 y 7



## II Seminario de Autorregulación Publicitaria febe

El pasado 24 de Noviembre, FEBE organizó el II Seminario de Autorregulación Publicitaria Compromiso de Responsabilidad Social en el auditorio Winterthur al que asistieron representantes de las empresas del sector, representantes de admi-

nistraciones públicas y profesionales del mundo de la publicidad para abordar los entresijos del autocontrol en los mensajes publicitarios como herramienta de responsabilidad social del sector de las bebidas espirituosas. ■ Págs. 4 y 5

## El conductor alternativo en alza



El pasado jueves 17 de Noviembre, **El Programa Un Conductor Cada Noche** de la **Fundación Alcohol y Sociedad** desembarcó en Girona. Esta acción ha culminado un año espectacular para esta campaña, en el que ha participado una población objetiva de unas 15.200 personas, y 671 participantes directos. Buenos resultados, para un Programa cuyo objetivo último es erradicar las muertes en carretera relacionadas con el consumo de bebidas alcohólicas. En 2005, la DGT ha registrado una reducción de un 15,8% en los accidentes de jóvenes conductores de 18 a 20 años. ■ Pág. 3



José Ramón Fernández  
Director Ejecutivo de FEBE

## Esperanzas y desafíos para 2006

Con este cuarto número de El Alambique abrimos un nuevo año 2006 que se presenta cargado de esperanzas y desafíos para nuestro sector.

Esperanzas porque en el año 2006 se abre un proceso de actualización y puesta al día del marco normativo de la UE específico de nuestro sector (Reglamento 1576/89) en el que se reafirma la calidad, la importancia económica - social, el preeminente rol agroindustrial y la importancia del peso en la balanza comercial de la UE de nuestro sector en Europa. En este proceso el sector español está llamado a jugar un rol decisivo. Nuestra industria tiene un arraigo y tradición muy importante en España y en Occidente en general que se manifiesta en una tradición de consumo mediterráneo y social, que supone importantes beneficios en términos de pautas de autocontrol social y sensatez en el consumo (muy superior al de otros países de nuestro entorno europeo), y en su importancia económica y social, con más de 135.000 empleos directos e indirectos, con especial incidencia en la hostelería y turismo, principales sectores económicos de nuestro país.

Esperanzas también, y sobre todo, porque vamos a profundizar en los progresos que juntos hemos alcanzado ya en 2005 y que marcan el punto de inflexión en la consolidación e irreversibilidad de nuestro firme compromiso de Responsabilidad Social. Ahí están los resultados: tenemos en marcha más de 15 Convenios de colaboración con Comunidades Autónomas y con Ayuntamientos españoles de primer nivel para promover conjuntamente la responsabilidad en el consumo de bebidas alcohólicas, mediante medidas concretas y eficaces financiadas por nuestra industria para la prevención activa de los fenómenos de consumo indebido y el respaldo institucional a nuestro serio compromiso de autocontrol publicitario. A través de estos Convenios más de 5 millones de

ciudadanos españoles (más de un 10% de la población española) se está beneficiando de este partenariado corresponsable. Más de 500.000 escolares, sus familias y su comunidad educativa han recibido ya el Programa Pedagógico de la Fundación Alcohol y Sociedad para prevenir el consumo de bebidas alcohólicas por menores. Con el programa un Conductor Cada Noche, la Fundación Alcohol y Sociedad ha puesto de moda en España la figura y práctica del conductor alternativo entre conductores más jóvenes, contribuyendo sin duda a la sensible disminución de accidentes de tráfico entre este colectivo particular que según la DGT se ha registrado en 2005.

Desafíos, porque desde el Ministerio de Sanidad se anuncia la intención de impulsar medidas contra las bebidas alcohólicas pretendiendo comparar esta iniciativa a las adoptadas respecto del tabaco, incurriendo en una preocupante simplificación y amalgamamiento que resultan absolutamente infundados e inaceptables y sin dar la menor señal de una predisposición al diálogo con todos los actores concernidos. Para prevenir cualquier inclinación hacia un autismo integrista y tentación de abuso en el manejo del poder del Boletín oficial, nos parece necesario recordarle al Gobierno que:

1. A diferencia radical del tabaco y otras sustancias, y al igual que tantos otros productos de alimentación, el consumo de las bebidas alcohólicas responsable y moderado por adultos -que es el que practican la inmensa mayoría de los consumidores españoles- no es perjudicial para la salud, sino que es perfectamente compatible con una vida sana.

2. Prevenir los problemas derivados del consumo indebido o abusivo de bebidas alcohólicas es una responsabilidad compartida: individual, familias, autoridades, instituciones sociales. Y por supuesto también la propia IN-

DUSTRIA. La prevención de estos fenómenos de consumo indebido es un RETO y una RESPONSABILIDAD COMPARTIDA: todos tenemos que colaborar en la lucha por prevenir eficazmente los consumos indebidos.

3. Nuestra prioridad y compromiso es y seguirá siendo colaborar con las instituciones competentes para luchar contra los consumos indebidos. Vamos a seguir empeñados en demostrar con hechos que estos problemas no se resuelven con la represión y la prohibición -que penalizan injustamente al sector y la inmensa mayoría de consumidores- sino mediante iniciativas adecuadas de educación y sensibilización, en sintonía con los colectivos a los que se dirigen, especialmente los jóvenes, y en partenariado corresponsable entre todos los actores concernidos.

Sería injustificable que el gobierno decidiese cualquier orientación en la materia sin tener en cuenta con objetividad las experiencias y progresos alcanzados con las distintas iniciativas que ya están en marcha en colaboración entre la industria y las autoridades competentes.

Finalmente debemos recordar que las bebidas alcohólicas y la prevención de su consumo indebido son objeto ya hoy de una profusa y completa legislación en España por la práctica totalidad de Comunidades Autónomas, que son quienes tienen y han hecho uso de la competencia para abordar estos temas.

Por otra parte la UE está actualmente inmersa en un proceso de debate y reflexión acerca de las políticas que pueden impulsarse de forma coordinada para luchar contra los daños derivados del consumo indebido de bebidas alcohólicas y cuyos resultados se esperan para finales del 2006. Sería sencillamente un contrasentido que gobierno español se anticipase e ignorase estos trabajos a nivel de la UE. ■



"Haz turnos con tus amigos"

Fundación Alcohol y Sociedad

## Récord de participación en el programa "Un conductor cada noche" durante 2005

- El programa ha alcanzado en 2005 una población objetivo de unas 15.200 personas, con 671 participantes directos, el dato más alto desde que existe.
- La percepción positiva y el conocimiento de los jóvenes acerca del "conductor alternativo" cada vez es mayor.
- En 2005, la DGT ha registrado una reducción de un 15,8% en los accidentes de jóvenes conductores de 18 a 20 años.



Son las 23:30 de la noche, nos encontramos en el City Arms, un agradable Pub de Girona en donde muchos comienzan la noche. Aunque a primera hora son pocos los congregados, la lluvia de gente no cesa. Aparcado frente al bar se encuentra un coche siniestrado del RACE que capta la atención de los que en esa noche fría de Jueves han salido a tomar algo.

Cuando el Alambique le pregunta por la figura del conductor alternativo a uno de los jóvenes que acaba de soplar, certificando que no ha ingerido alcohol y que ha obtenido su consiguiente consumición sin alcohol gratis, nos sorprendemos cuando nos enseña un llavero del BOB, que es como se denomina al conductor alternativo, en países como Holanda o Bélgica, donde su uso está mucho más extendido que en España,

El pasado jueves 17 de Noviembre, el Programa "Un Conductor Cada Noche" de la Fundación Alcohol y Sociedad desembarcó en Girona. Dicho Programa, que tiene como objetivo la implantación en España de la figura del "conductor alternativo", llevó a cabo con éxito su acción de promoción en puntos de consumo en varios bares de la ciudad. Esta acción, aunque obtuvo unos resultados más modestos que los de acciones anteriores, culminó un año espectacular para esta campaña, en el que ha participado una población objetivo de unas 15.200 personas, y 671 participantes directos. Buenos resultados, para un Programa cuyo objetivo último es erradicar las muertes en carretera relacionadas con el consumo de bebidas alcohólicas.

Un portero del City Arms nos cuenta que hace unos meses un coche chocó en un puente cercano y cayó al vacío, murieron todos los ocupantes. "Creo que es importante concienciar a la gente de que esto no es un juego". Las azafatas se encuentran diligentemente en sus stands, recibiendo a aquellos que ya empiezan a interesarse por el Programa.



y la concienciación de la gente ante este tema es mayor. Oscar, estudiante de Físicas, nos explica que muchos fines de semana se ha dedicado a mostrar Girona y alrededores a los estudiantes Erasmus, y nos cuenta como estos alumnos de los Países

Bajos o Inglaterra están más concienciados que sus homólogos españoles en el tema de no combinar alcohol y conducción.

Es algo más de la 1:00 de la madrugada. El City Arms está en completa ebullición, este es el momento en el que parte de los efectivos de la Campaña se trasladan a otros bares de la ciudad, como La Sala de Ball, el Lux Café, o el Platea, en los que ya se está congregando mucha gente. Finalmente, a partir de las 3 de la madrugada tiene lugar el cuarto control de alcoholémia que cierra la acción, en el que se certifica que se ha terminado la noche sin que estos conductores hayan consumido alcohol. 45 de los 65 participantes han culminado los cuatro controles dando negativo, es decir 0,0 en consumo de bebidas alcohólicas, y reciben un cheque de gasolina por valor de 20 euros.

La práctica del conductor alternativo que promueve industria de bebidas espirituosas con la Fundación Alcohol y Sociedad está contribuyendo a que alcancemos el nivel de concienciación de otros países europeos sobre la incompatibilidad de beber y conducir, en especial entre los más jóvenes: de momento los datos de la DGT sobre accidentes de carretera en 2005 arrojan como resultado más significativo una reducción de un 15,8% de los accidentes de tráfico en jóvenes de 18 a 20 años en las noches de movida. ■



# Seminario de Autorregulación Publicitaria febe

## Compromiso de Responsabilidad Social

El pasado 24 de Noviembre, FEBE organizó el II Seminario de Autorregulación Publicitaria Compromiso de Responsabilidad Social en el auditorio Winterthur de Madrid al que asistieron representantes de las empresas del sector, representantes de administraciones públicas y profesionales del mundo de la publicidad para evaluar los resultados del autocontrol en los mensajes publicitarios como herramienta de responsabilidad social del sector de las bebidas espirituosas.

**Autorregulación Publicitaria de FEBE, una herramienta dinámica para un sector dinámico.**



Bruno Rain, presidente de FEBE

En la apertura del acto, Bruno Rain, Presidente de FEBE, habló de la prioridad del sector de garantizar "una publicidad responsable, ética y coherente mediante el establecimiento de estrictos procesos de autocontrol" y explicó que nuestra industria es pionera en el uso de la autorregulación desde que en 1999 la Federación creó su Código de Autorregulación Publicitaria, que asume, supera y amplía los límites legales y somete a las empresas a un estricto control de sus mensajes publicitarios a través de un organismo independiente, que no es otro que **Autocontrol** de la Publicidad. Además, prosiguió Rain, desde 2003, la industria de espirituosos ha sido pionera en establecer un sistema de control previo o copy-advice voluntario cuyo uso se ha duplicado en el año 2004 con respecto al 2003. Gracias a este control previo ha descendido la litigiosidad sobre la publicidad de bebidas espirituosas en 2005 hasta su práctica desaparición.

**FIAB, otro ejemplo de autocontrol en la industria alimentaria.**

Pilar Velázquez, Directora de Derecho de la FIAB (Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas), profundizó en la efectividad de la colaboración entre administraciones públicas e industrias para poner en marcha Códigos de Autorregulación. "La confianza entre administraciones e industrias es fundamental para la correcta ejecución de estos códigos", destacó Pilar Velázquez. FIAB y el Ministerio de Sanidad llegaron a un acuerdo en 2004 para poner en marcha estrategias de sensibilización contra la obesidad infantil. Fruto de este acuerdo, en septiembre de 2005 se aprobó el Código PAOS (Nutrición, Actividad Física, Prevención de la Obesidad y Salud) de Autorregulación Publicitaria para luchar contra la obesidad infantil, que trabaja



Pilar Velázquez, de FIAB

en la calidad de la publicidad y no en la restricción de ésta. Hasta el momento, más del 70% de las empresas del sector alimentación se han adherido al Código PAOS.

En su intervención Pilar Velázquez defendió la idea de que "no existen alimentos buenos o malos para la salud. Es una cuestión de dietas y de estilos de vida". En este sentido, abogó por la necesidad de cambiar hábitos, "aunque sea más complejo y difícil el autocontrol que regular". La educación se enmarca, así, como la mejor solución para la promoción de hábitos saludables.

**Los publicistas analizan la influencia de la publicidad en la juventud.**



Rafael Garrido, de Milward Brown

Por su parte Rafael Garrido y Alfredo Somalo, de la Agencia de Comunicación Milward Brown, relativizaron la influencia de la publicidad en los jóvenes. El cinismo o análisis crítico con el que los jóvenes se enfrentan a los anuncios, la sobresaturación publicitaria, la integración de la publicidad en su universo cultural y la no necesaria relación inmediata entre publicidad y ventas constituyen algunos de los factores que inducen a pensar en una menor influencia de la publicidad sobre el universo juvenil. Además, destacó Garrido, "muchas veces la publicidad tiene para las marcas una función más defensiva que persuasiva".



Garrido aseguró, igualmente, que "la prohibición de la publicidad no sólo no mejoraría la situación, sino que la puede empeorar, porque sólo se induciría a fomentar la visión clandestina del producto y lo aproximaría al mundo de la droga. Cualquier cosa que se prohíbe en los jóvenes se convierte fácilmente en una tentación".

**Autocontrol, equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad.**

José Domingo Gómez, director general de Autocontrol, organismo independiente encargado de velar por el cumplimiento de los códigos de autorregulación, explicó en su intervención que "la autorregulación busca el equilibrio entre la libertad de expresión y la responsabilidad de las industrias". Actualmente el 70% de la publicidad española se somete al arbitraje de Autocontrol.



José Domingo Gómez, de Autocontrol

Autocontrol regula la publicidad a través de tres sistemas: los códigos de autorregulación, la consulta previa o copy advice y los jurados. El jurado de Autocontrol, compuesto por miembros totalmente desvinculados de cualquier sector económico, "es una especie de ventanilla de quejas del cliente" abierta a toda la sociedad. El tiempo medio de resolución de las controversias es de 15 días, por lo que las empresas recurren a este sistema frente a los tribunales de justicia. La rapidez en las resoluciones ha favorecido el desarrollo, en dos años, del jurado de Autocontrol, que ha revisado 1.200 casos en los dos últimos años (frente a los 400 que han resuelto los jurados desde la aprobación de la Ley General de Publicidad en 1988).

**FEBE y el Govern Balear, un ejemplo activo de partenariado responsable.**



Bartolomé Jaume, coordinador de drogodependencias del Govern Balear

El Coordinador de Drogodependencias del Gobierno Balear, Bartolomé Jaume, indicó que "la sociedad es más proclive a estrategias de prevención que de prohibición". Bartolomé Jaume expuso el ejemplo del Gobierno Balear como experiencia de colaboración entre su administración autonómica y la industria de las bebidas espirituosas agrupada en

FEBE, quienes firmaron un convenio de colaboración en el ámbito autonómico el pasado 17 de noviembre, y destacó "la importancia de la corresponsabilidad social".

El Coordinador de Drogodependencias balear señaló como pilar de las políticas preventivas de su gobierno en materia de publicidad, la apuesta por el apoyo a la autorregulación publicitaria en colaboración con la industria.

**Sesión interactiva de autorregulación: un anuncio, distintos puntos de vista.**

Antes de clausurar el seminario, José Ramón Fernández, Director Ejecutivo de FEBE, condujo una sesión interactiva que consistió en mostrar distintos anuncios de bebidas alcohólicas, y analizarlos teniendo en cuenta los principios del código de Autorregulación de FEBE. Para realizar esta tarea contó con la ayuda y opinión de Leticia Ruiz de Ojeda, de Autocontrol, Javier Montero, técnico del área Sanidad y Consumo del Ayuntamiento de Granada, y de Rafael Garrido de Millward Brown, así como los asistentes al seminario. Con esta sesión se clausuró el acto, en cuyas conclusiones se destacó que la autorregulación publicitaria, en colaboración con las administraciones públicas, es una herramienta útil y eficaz para abogar por comunicaciones éticas que fomenten actitudes responsables. ■



Entre los asistentes, Manuel Molina, de la Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid

# I Jornadas Nacionales sobre Juventud y Alcohol

Los días 3 y 4 del pasado mes de Noviembre, tuvieron lugar en Palma de Mallorca las I Jornadas Nacionales sobre Juventud y Alcohol organizadas por la Fundación Alcohol y Sociedad, en colaboración con la Fundación Viure i Conviure de la Obra Social de Caixa Catalunya. Durante las jornadas, que se desarrollaron en el Auditorio de la ciudad, se dieron cita expertos, entidades implicadas en la prevención, representantes de administraciones públicas y profesionales de la salud y la enseñanza que abordaron desde distintos puntos de vista la problemática del alcohol en la juventud.

## Bartolomé Jaume, el pacto social

La apertura de las Jornadas la llevó a cabo la Ilustrísima Alcaldesa de Palma, Catalina Cirer Adrover, a cuya intervención siguió la del Coordinador de Drogodependencias y Adicciones de la Consejería de Salud y Consumo del Gobierno de las Islas Baleares, Bartolomé Jaume, quién abogó por un acercamiento multidisciplinar al fenómeno del consumo de alcohol por parte de los jóvenes. Propuso un "pacto social" entre todos los entes implicados con el fin de consensuar soluciones conjuntas al este fenómeno.

## Javier Elzo advierte sobre la insuficiencia de las políticas de reducción del daño



El profesor Elzo durante el cóctel



Representantes de Ayuntamientos durante la mesa redonda

A la intervención de Jaume, le siguió la del Catedrático de Sociología de la Universidad de Deusto, Javier Elzo, quién en una atrevida conferencia titulada *¿Por qué beben los Jóvenes?* profundizó en las razones por las que los jóvenes españoles centran su tiempo de ocio en el consumo de bebidas alcohólicas y de otras sustancias. Según Elzo, el consumo de alcohol se ha convertido en "un rito iniciático o de paso de un momento a otro de la vida". El sociólogo vasco considera que las políticas de reducción del daño llevadas a cabo en los últimos años son imprescindibles pero insuficientes, y apostó por realizar una gigantesca labor de concienciación social sobre la nocividad de determinadas formas de diversión de los jóvenes de hoy.

Tras un pequeño descanso, tuvieron lugar las intervenciones de Antonio M. López Pulido, presidente de FAPAES (Federación de Asociaciones de Padres de Alumnos de Enseñanza Secundaria en Cataluña) y Catalina Esteva, presidente de COAPA, (Confederación Balear de asociaciones de Padres y Madres de Alumnos) quienes recordaron la "correspon-

sabilidad" de la familia y de la escuela en esta problemática del consumo de alcohol en menores. En muchos casos, matizó López Pulido, el consumo de alcohol y otras problemáticas de la Juventud están muy relacionadas con el ritmo de vida de los padres.

## Mesa redonda: del botellódromo a la ciudad educativa

Tras el cóctel realizado durante la hora del almuerzo, se reanudó la sesión, esta vez para presentar una mesa redonda formada por Begoña Moragues, Concejala de Sanidad y Consumo del Ayuntamiento de Palma de Mallorca; Mario Cortés, Director de Juventud del Ayuntamiento de Málaga; y Rafael Romero, Concejala de Juventud de Alcalá la Real (Jaén); Carles Sala, Concejala de Juventud del Ayuntamiento de Tarragona y Jaime Gil-Robles, director general de la Fundación Alcohol y Sociedad.

En dicha mesa redonda, cada uno de los representantes de las distintas administraciones explicaron las iniciativas que están llevando a cabo en sus municipios en materia

de prevención en el consumo de alcohol y alternativas al ocio del botellón. Dichas iniciativas eran tan dispares como dispares son las realidades sociales de cada una de esas ciudades.

Mientras en Alcalá la Real, la construcción de un Botellódromo ha reducido la problemática del botellón en el municipio en cuanto a suciedad y ruidos, en Málaga, poseen un Servicio de Atención a la Movida (SAM) que realiza prevención y control del riesgo en los lugares donde se realiza botellón. En Tarragona, por el contrario, apuestan por un proyecto educativo de ciudad mediante el que se vertebran los planes de prevención y de ocio del



Auditorio de Palma de Mallorca

municipio. En Palma de Mallorca, Begoña Moragues explicó como han apostado por dos programas pedagógicos, uno realizado por el Proyecto Hombre, y el otro por la Fundación Alcohol y Sociedad, El programa Adolescencia y Alcohol.

## Helmut Wagner, la imagen de una industria responsable en Europa

Durante la segunda sesión de las Jornadas celebrada en la mañana del día 4 de noviembre, asistió Helmut Wagner (foto), director ejecutivo de The Amsterdam Group, quién realizó una exposición sobre la legislación europea en materia de bebidas alcohólicas y la adaptación de la industria a esta legislación. Además, mostró ejemplos de las distintas iniciativas dedicadas a la concienciación de la incompatibilidad del alcohol y la conducción. Wagner, insistió en la eficacia del conductor alternativo, cuya implantación en España promueve la Fundación Alcohol y Sociedad, quien ya ha logrado que esta figura sea apoyada por el Congreso de los Diputados.

Por su parte, Blanca Bardo, Jefa del Servicio de Estudios y Documentación del INJUVE, presentó el VI Informe de Juventud en España, correspondiente al año 2004. Según dicho informe, "los jóvenes disponen de 28 horas semanales para su ocio" y "que el mayor gasto en actividades de ocio es el de salir con los amigos".

Por último, Gonzalo Musitu, Catedrático de Psicología de la Universidad de Valencia, destacó que los jóvenes que beben poseen "menor autoestima familiar y académica, pero mayor autoestima social". La clausura de las Jornadas fue realizada por Doña María Rosa Puch Oliver, Consejera de Presidencia



Helmut Wagner, director ejecutivo de The Amsterdam Group

del Govern Balear, quién destacó el papel que tiene la sociedad en su conjunto a la hora de abordar la problemática trazada en estas jornadas, y subrayó la responsabilidad de todos los entes reunidos en dicho empeño. ■



Clausura de las Jornadas. Dña. María Rosa Puch Oliver, Consejera de Presidencia del Govern Balear