

A la izquierda, Luis Pedroche y Rojo, director general de la AEAT, a la derecha, Jaime Gil Robles, director general de FEBE



La Fundación Alcohol y Sociedad renueva su oferta educativa para el curso 2006-2007

La nueva web www.lascarasdelalcohol.com es nace para dar apoyo a través de Internet al resto de las actividades del Programa Pedagógico Adolescencia y alcohol desarrollado por la Fundación Alcohol y Sociedad. El *site* recoge información científica y rigurosa sobre el alcohol y las consecuencias de su consumo, y también sirve de herramienta de asesoramiento para padres. ■ Pág. 5



FEBE sigue apostando por el partenariado con las administraciones

FEBE ha firmado un convenio de colaboración con la AEAT para la prevención del fraude fiscal. Asimismo, ha renovado su colaboración con dos municipios.

El pasado 25 de septiembre, FEBE y la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) firmaron un acuerdo de entendimiento que tiene como objetivo establecer mecanismos de colaboración para la prevención del fraude fiscal en los diferentes impuestos que gravan las bebidas espiri-

tuosas. Mediante la firma de este convenio, el sector de bebidas espirituosas pretende profundizar en un marco de corresponsabilidad y colaboración mutua con la AEAT que garantice la comercialización de las bebidas espirituosas en igualdad de condiciones en el mercado. ■ Pág. 3

Baño de premios para el Programa Conductor Alternativo

El pasado 19 de septiembre, Sonia Marco, responsable del área de conducción y alcohol de la Fundación Alcohol y Sociedad recogió la mención honorífica en la vertiente de medios de comunicación social de los Premios Reina Sofía Contra las Drogas de CREFAT, Fundación para la atención a las toxicomanías de la Cruz Roja por el Programa Conductor Alternativo. El 17 de octubre, el Programa Conductor Alter-

nativo fue galardonado con el oro en uno de los premios a la Eficacia Publicitaria 2006, que este año celebraron su octava edición. Estos premios son convocados cada año por la Asociación Española de Anunciantes. Además, la cuña "LaFarola", que promociona la figura del Conductor Alternativo, ha sido uno de los 53 premios Ondas otorgados el 23 de noviembre en Barcelona. ■ Pág. 4





Jaime Gil-Robles
Director General de FEBE

La prevención del consumo de alcohol en menores, una responsabilidad compartida

El pasado 25 de septiembre, el Consejo de Ministros aprobó el borrador de *anteproyecto de ley de medidas sanitarias para la protección de la salud y la prevención del consumo de bebidas alcohólicas por menores*. En un primer examen de la norma se extraen puntos positivos: impedir la venta de bebidas con contenido alcohólico a menores de edad, era una necesidad que veníamos reclamando para acabar de una vez por todas con las discriminaciones de grado que se dan en alguna legislaciones autonómicas. De forma incomprensible, algunos legisladores autonómicos establecieron en su día diferencias de grado para abordar los problemas causados por un mal uso de las bebidas con contenido alcohólico.

No obstante, un examen más profundo del texto evidencia que esta norma supone una auténtica regulación del sector del mismo modo en que el pasado año se emprendió la regulación del tabaco. Con una salvedad, el pretexto utilizado para emprender esta regulación es abordar el la problemática del consumo en menores. Desde FEBE, siempre hemos apostado por medidas educativas y de sensibilización que sintonicen con los colectivos a los que se dirigen, especialmente a menores y conductores. Con esta vocación, creamos en 2000 la Fundación Alcohol y Sociedad. Sin embargo, nuestra sorpresa es que el borrador de anteproyecto no sólo no contiene este tipo de medidas, sino que las que alberga parecen limitar más el consumo en mayores de edad que el consumo en menores.

Con vocación de *dar gato por liebre*, establece restricciones a la publicidad de bebi-

das alcohólicas, sin valorar los esfuerzos de autorregulación que la industria viene realizando desde hace años para que nuestras comunicaciones comerciales nunca puedan estar dirigidas a los menores. La publicidad de bebidas espirituosas no tiene como objetivo la incorporación de nuevos consumidores, mucho menos si estos son menores, sino el reparto de cuota entre los consumidores ya existentes. La publicidad juega un papel en el reparto de presencia en el mercado pero no en una incitación a un mayor consumo global de bebidas alcohólicas, ni por supuesto a su consumo abusivo.

El borrador de anteproyecto, asimismo, parece desoír las últimas recomendaciones que desde la Unión Europea se han realizado sobre el papel que debe jugar nuestra industria y sobre los sistemas de autorregulación, plasmadas recientemente en la "Propuesta de Estrategia de la Comisión Europea para reducir los daños producidos por el consumo abusivo de alcohol" divulgada estos días. En este documento, se reconoce la importancia de la autorregulación publicitaria y la necesidad de una coordinación entre todos los agentes implicados para combatir los problemas relacionados con el consumo de alcohol.

Es indudable que existe una problemática generada por el consumo de bebidas alcohólicas por menores, y en ese sentido nuestra industria lleva trabajando más de cinco años en este tema. Somos conscientes de que nuestro negocio no pasa por este tipo de consumos. Fruto de este trabajo, FEBE sostiene en la actualidad más de quince convenios de colaboración con di-

ferentes administraciones locales y autonómicas para abordar estos fenómenos de consumo abusivo. Nuestro trabajo nos dice que para obtener resultados a largo plazo y obtener cambios en las conductas es necesario realizar una inversión constante en materia de prevención. En el caso de menores, además de aportarles información objetiva avalada por la comunidad científica se necesita de la implicación de todos los agentes de su entorno, amigos, familia y profesores.

En este sentido, y para abordar la problemática que la ley tiene por objeto, ponemos a disposición del Ministerio de Sanidad toda esta experiencia y reclamamos la necesidad de un diálogo sereno y constructivo para afrontar la globalidad de este fenómeno multifactorial, en el que todos los actores sociales - incluida nuestra industria - tienen una responsabilidad compartida. Solicitamos, además, sean tenidos en cuenta en la futura ley los sistemas de autorregulación de las industrias de bebidas alcohólicas, avalados a nivel mundial y europeo, al igual que en su día estos esfuerzos fueron tenidos en cuenta en la en la lucha contra la obesidad infantil mediante el Código PAOS, suscrito con la industria alimentaria, de la que FEBE también forma parte.

En resumen, desde FEBE abogamos por la existencia de un marco regulatorio que ayude realmente a impedir el acceso de los menores a bebidas alcohólicas, que además no discrimine las bebidas por su contenido alcohólico, y que venga acompañado por un esfuerzo inversor serio y constante de la Administración en educación y prevención, como el que ya hacemos desde FEBE. ■

Como parte de la política de colaboración de FEBE con las Administraciones Públicas

La Agencia Estatal de Administración Tributaria y FEBE firman un acuerdo de colaboración



El pasado 25 de septiembre, FEBE y la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) firmaron un acuerdo de entendimiento que tiene como objetivo establecer mecanismos de colaboración para la prevención del fraude fiscal en los diferentes impuestos que gravan las bebidas espirituosas.

Este convenio forma parte de la política de colaboración que mantiene FEBE con las administraciones públicas -locales, autonómicas o nacionales-. Con la firma de este convenio, el sector de bebidas espirituosas pretende profundizar en un marco de corresponsabilidad y colaboración mutua con la AEAT que garantice la comercialización de las bebidas espirituosas en igualdad de condiciones en el mercado.

Mediante este acuerdo, FEBE pondrá a disposición de la AEAT los datos de las empresas que pertenezcan a la Federación que la Agen-



Luis Pedroche y Rojo, director general de la AEAT, y Jaime Gil Robles, director general de FEBE, en el momento de la firma.

cia considere que estén realizando prácticas fraudulentas, con el fin de evitar este tipo de prácticas. Este convenio está incluido dentro del Plan de Prevención del Fraude Fiscal que la Agencia Tributaria ha realizado, y a través del cual se han firmado convenios de colaboración con otras asociaciones como Asociación Nacional para la defensa de Marca (ANDEMA) o la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).

Para la aplicación, seguimiento y evaluación del acuerdo, así como para su adecuada interpretación, se constituirá una Comisión Mixta,

integrada por seis miembros, tres de ellos en representación de la Agencia Tributaria y tres de ellos en representación de FEBE. Esta Comisión elaborará un plan de actuación conjunta por cada período de vigencia del acuerdo para desarrollar el contenido concreto de la colaboración anual.

La Comisión se reunirá por primera vez dentro de los tres meses siguientes a la firma de este acuerdo, y posteriormente de forma ordinaria una vez al año, y de forma extraordinaria siempre que sea necesario a petición de cualquiera de las partes firmantes del acuerdo. ■



Jaime Gil-Robles junto con Pilar Sánchez Muñoz, alcaldesa de Jerez de la Frontera

FEBE ha renovado sus convenios de colaboración con dos municipios

Los Ayuntamientos de Málaga y de Jerez de la Frontera han renovado recientemente sus respectivos convenios de colaboración con FEBE, para seguir desarrollando los programas de responsabilidad social implementados por la Fundación Alcohol y Sociedad.

Este nuevo voto de confianza muestra la validez del modelo de partenariatio con las administraciones por el que apuesta la industria de bebidas espirituosas para atajar los problemas derivados del consumo indebido de bebidas espirituosas. ■

El programa que apuesta por la implantación de la figura del Conductor Alternativo en España recibe 3 galardones en menos de un mes y ya suma 4 en este año

PROGRAMA
CONDUCTOR ALTERNATIVO
HAZ TURNOS CON TUS AMIGOS



Baño de premios para el Programa Conductor Alternativo



En la foto, S.M. la Reina Sofía con Sonia Marco, responsable del Programa Conductor Alternativo, posando con el premio



Mención honorífica Premio Reina Sofía contra las drogas

El pasado 19 de septiembre, el **Programa Conductor Alternativo** recibió una mención honorífica de los premios Reina Sofía contra las drogas de CREFAT, Fundación Para la Atención a las Toxicomanías de Cruz Roja Española. El premio fue recogido por Sonia Marco, responsable del área de Alcohol y

Conducción de la Fundación Alcohol y Sociedad. El acto tuvo lugar en el Salón de Magnolias del Palacio de La Zarzuela. Doña Sofía, a su llegada, fue saludada por la secretaria de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad, Amparo Valcarce; la delegada del Gobierno para el Plan Nacional sobre

Drogas, Carmen Moya García; y el presidente de Cruz Roja Española, Juan Manuel Suárez del Toro. Tras ocupar su lugar en la mesa presidencial, Su Majestad abrió la sesión y concedió la palabra al gerente de la Fundación CREFAT, que dio lectura al acta de los galardones. ■

Premios a la Eficacia Publicitaria

Por otro lado, el **Programa Conductor Alternativo** fue igualmente premiado como Campaña de Oro de responsabilidad social en los Premios a la Eficacia Publicitaria convocados por la Asociación Española de Anunciantes en su octava edición. Estos premios están considerados entre los tres más prestigiosos de Europa en el ámbito de la publicidad. Premian aquellas campañas que han demostrado su eficacia, respecto del objetivo para el que fueron creadas. En esta ocasión el jurado ha valorado los resultados tanto en el target, como en

las cifras de reducción de accidentes de tráfico.

La gala estuvo dedicada en esta ocasión a la evolución de la humanidad y la comunicación, contó con la colaboración de los Premios Príncipes de Asturias de Humanidades de 1997, Juan Luis Arsuaga, José María Bermúdez de Castro y Eudald Carbonell. Asimismo asistió al acto el Alcalde de Atapuerca, Fernando Gómez Aguado.

Durante la gala, se entregaron un total de 28



premios. Además del Gran Premio a la Eficacia 2006, concedido este año a la campaña de la MTV "Amo a Laura, pero esperaré hasta el matrimonio", se otorgaron 12 Oros, 8 Platas y 6 Bronces, en las Áreas de Eficacia en Comunicación Comercial, Eficacia en Medios, y en las cinco Categorías Especiales: Regional/Local, Internacionalidad, Responsabilidad Social, Integración e Investigación. ■

Baño de premios para el Programa Conductor Alternativo

La guinda del pastel, Premio Ondas 2006 a la mejor cuña publicitaria

La cuña publicitaria de radio "Farola", del Programa Conductor Alternativo, recibió el pasado 23 de noviembre en el Teatre Musical de Barcelona un Premio Ondas por "la síntesis y sencillez del mensaje, por la capacidad de transmitir una emoción con pocas palabras" en palabras

de los organizadores. En esta edición de los Premios Ondas, los decanos y más prestigiosos de radio y televisión que se conceden en España y que cuentan con el apoyo oficial de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), han sido presentadas 276 candidaturas pertene-

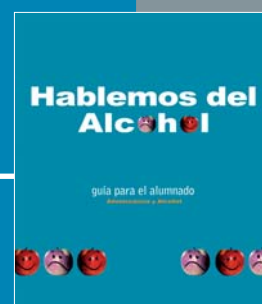
cientes a 21 países de todo el mundo. Estos premios

La Fundación Alcohol y Sociedad renueva su oferta educativa para el Curso 2006-2007

La Fundación Alcohol y Sociedad ha estrenado recientemente la nueva página web www.lascarsdelalcohol.com.es con educación científica sobre las bebidas alcohólicas.

La Fundación Alcohol y Sociedad presentó el pasado 11 de Octubre su oferta educativa para el curso escolar 2006-2007. Como principales novedades para este año, la Fundación apuesta por las herramientas on-line, que refuerzan y complementan los programas presenciales. La potenciación de las Charlas y Escuelas de Padres constituye otra de las novedades para el presente curso académico.

En total, más de 200.000 alumnos comprendidos entre los 12 y los 18 años recibirán este año el Programa Pedagógico Adolescencia y Alcohol, creado en colaboración con la Universidad de Barcelona. Al finalizar el actual curso escolar, más de 900.000 alumnos de 2.500 centros educativos diferentes habrán trabajado con esta herramienta de prevención. En algunas comunidades autónomas, como Andalucía, Cataluña o Madrid, más del 50% de alumnado y de los centros escolares de secundaria han recibido ya este Programa Pedagógico. En otras comunidades autónomas, como Baleares, el proyecto se ha convertido en el programa oficial para la prevención del consumo de alcohol en todos los centros de la comunidad autónoma.



> Dirigido a padres, alumnos y profesores

El Programa Pedagógico Adolescencia y Alcohol, así como el resto de la oferta educativa de la Fundación, se bascula sobre la necesaria implicación de toda la comunidad escolar. Así los programas e iniciativas de la fundación incluyen materiales para padres, alumnos y profesores. La nueva web www.lascarsdelalcohol.com.es, se desarrolla tanto como iniciativa pedagógica independiente como para dar apoyo al resto de las actividades. El *site* recoge información científica y rigurosa sobre el alcohol y las consecuencias de su consumo, pero también sirve de herramienta de asesoramiento para padres (¿cómo hablar con los hijos?, ¿Qué información deben saber?, ¿qué hacer si...?)

y profesores (herramientas pedagógicas aplicadas tanto a los bloques de ciencias como a los de letras).

La oferta dirigida a padres, tanto charlas como escuelas de padres y madres, se verá reforzada durante este curso académico. En total, se prevé realizar más de 300 charlas e implementar un total de 60 escuelas dirigidas a los progenitores.

> Eficacia

Casi un tercio de los alumnos intervenidos declaran que su consumo de alcohol disminuirá gracias a la implementación del Programa Pedagógico Adolescencia y Alcohol. ■

La Comisión Europea aprueba la estrategia para la reducción de los daños producidos por el consumo indebido de alcohol



Vista general del Edificio Berlaymont, en Bruselas, sede principal de la Comisión Europea



El documento de la Comisión destaca el papel de la industria en el fomento de la responsabilidad del consumo de sus productos, y valora la legitimidad de la autorregulación como un sistema eficaz

El pasado 24 de octubre, la Comisión Europea adoptó su *“Estrategia para apoyar a los estados miembros en la reducción del daño producido por el consumo indebido de alcohol”*. El objetivo de este documento se centra en la prevención del consumo abusivo, la reducción de los consumos de riesgo y del consumo en menores de edad. La estrategia no demoniza el producto en sí, y reconoce que existen diferentes patrones culturales en los distintos estados miembros que componen la UE. En España este consumo posee un patrón mediterráneo ya que el 70% del consumo se realiza -en momentos de ocio, entorno lúdico y en compañía- a diferencia de otros países europeos, con consumos más focalizados en el hogar.

En la Estrategia, la Comisión identifica cinco temas prioritarios para la acción:

1. Protección de adolescentes, menores y mujeres embarazadas. La Comisión considera importante implicar en la prevención del consumo por menores a todos los actores concernidos padres, profesores, jóvenes y reconoce el importante papel de la industria en esta tarea.
2. Reducir los daños provocados en accidentes de tráfico relacionados con el alcohol.

3. Prevención de los daños en el consumo de alcohol en adultos y el impacto del mismo en los lugares de trabajo.

4. Informar, educar y concienciar sobre los daños relacionados con el consumo abusivo de bebida alcohólicas. Así como dar a conocer los patrones de consumo apropiados.

5. Desarrollar y mantener una base científica común a nivel europeo en materia de alcohol.

En la Estrategia, se contempla la celebración de un Foro de Alcohol y Salud en 2007 que estará compuesto por expertos de diferentes organizaciones *stakeholders*, representantes de los Estados Miembros y de otras instituciones de la EU.

FEBE, desde su creación en 1999, desarrolla una intensa política de responsabilidad social, promoviendo la responsabilidad en el consumo de alcohol, así como el consumo cero en colectivos de riesgo como menores y conductores. Por ello, FEBE reitera su apoyo a esta estrategia de la CE en su intención de prevenir y erradicar el consumo de bebidas alcohólicas en colectivos de riesgo. Además, tiene el total convencimiento de que, para ello, las medidas de educación y concienciación son la mejor forma de prevenir el consumo en menores. Prueba de ello es que la Federación, a través

de la Fundación Alcohol y Sociedad, lleva trabajando en este sentido desde 2001 con el *Programa Pedagógico Adolescencia y Alcohol*, así como en programas de servicio responsable de bebidas dirigidos a concienciar al hostelerero sobre la importancia de no facilitar el acceso de los menores a los productos con contenido alcohólico.

Igualmente, la industria está comprometida con la sensibilización ante el binomio alcohol y conducción. Para ello, también a través de la Fundación Alcohol y Sociedad, ha introducido y lidera en España desde 2001 la figura del conductor alternativo. Esta iniciativa, que cuenta con el apoyo de la Dirección General de Tráfico y de todos los partidos del Parlamento español, ha conseguido reducir la siniestralidad al volante en el tramo de edad al que va dirigido el programa.

En materia de publicidad, la Comisión Europea apuesta por la autorregulación publicitaria como medida más útil y eficaz para la creación de una publicidad ética y responsable. En este sentido, todos los asociados de FEBE están sujetos a un Código de Autorregulación, que supera y amplía los límites legales establecidos para la publicidad de las bebidas con contenido alcohólico y somete sus mensajes comerciales a un severo mecanismo de control. ■

La hostelería, un sector clave para alcanzar los objetivos europeos en el reciclado de vidrio

Los objetivos marcados por la normativa para el año 2008 exigen que la tasa de reciclado del vidrio sea del 60%. Por este motivo, Ecovidrio, asociación sin ánimo de lucro que gestiona el reciclado de vidrio en toda España, ha iniciado, desde hace dos años, un programa específico para fomentar la recogida selectiva en establecimientos de hostelería y restauración, un sector que consume el 48% del vidrio. En Ecovidrio están representados todos los sectores relacionados con el reciclado de vidrio: envasadores y embotelladores, recuperadores y fabricantes.

En esta iniciativa también se les informa y conciencia sobre los beneficios ambientales y se les llama la atención sobre la corresponsabilidad de todos en el cuidado del medio

ambiente. Además, se les facilita la recogida de los envases de vidrio mediante la entrega de cubos y la adaptación de contenedores a sus necesidades.

Este programa, del que Ecovidrio recibe la colaboración plena de los ayuntamientos y de los empresarios de hostelería, está obteniendo resultados positivos en torno a volumen de kilogramos de vidrio reciclados. La primera experiencia piloto originó que Ecovidrio extendiera esta iniciativa a todo el territorio nacional.

Actualmente existe una gran involucración de los hosteleros en reciclar vidrio. En estos momentos más de 10.000 locales hosteleros de toda España (Comunidad Valenciana, Galicia, Andalucía, Cantabria, Castilla y León, Murcia, Navarra, País Vasco, Madrid...) partici-



Contenedor vaci adaptado al sector hostelero para facilitar el reciclado de vidrio.

pan o han participado en esta iniciativa y, gracias a esto, están más concienciados con el importante papel que representan para el medio ambiente.

¿En qué consiste el proyecto?

El proyecto consiste en estudiar la zona de implantación en el municipio y adecuar los iglúes que están en las calles para hacerlos más accesibles al hostelero. Tras visitar todos los locales de la zona en la que se va a fomentar el reciclado, se analizan las necesidades expresadas por los propios responsables de los locales y se toman soluciones. Desde reponer contenedores, cambiar éstos por otros con una boca más an-

cha, o incorporar sistemas para facilitar la colaboración de los hosteleros. Todo ello está precedido por una campaña informativa donde se muestra a los hosteleros cómo hacer una correcta separación de residuos de envases, qué es lo que se deposita en los iglúes verdes y qué no se deposita (únicamente botellas, tarros y frascos de vidrio), y los beneficios que el reciclar aporta al medioambiente. ■

¿Sabías que el sector hostelero consume la mitad de los envases de vidrio?

En vuestras manos está el futuro medioambiental de nuestras ciudades. Sólo tienes que reciclar vidrio.

ACÉRCATE AL IGLÚ

Los envases de vidrio que se recogen de los contenedores se reciclan al 100%

el vidrio no es basura,
RECÍCLALO

RECUERDA QUE EN EL IGLÚ SOLO SE DEPOSITA:

Envases de vidrio:
botellas, tarros y frascos

SI

NO DEPOSITES

Platos, tazas, cerámica, vasos, copas, corchos, chapas, espejos ni porcelana.

NO

Si colaboras con el reciclado de vidrio:

- Ahorrarás energía, ya que con el reciclado de 4 botellas de vidrio, lograríamos que un frigorífico funcionara un día completo
- Reducirás la contaminación del aire en un 20%
- Ayudarás a disminuir la cantidad de residuos en los vertederos, porque 3.000 botellas recicladas son 1.000 kilos menos de basura





FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE BEBIDAS ESPIRITUOSAS

FEBE Madrid:
C/ Villalar 4, 1º Ext. Izq.
28001 MADRID
Tel.: (+34) 91 561 78 91
e-mail: información@febe.es
www.febe.es