



**Las campañas de concienciación y el cumplimiento de la legislación actual, claves para reducir la accidentalidad al volante, según el informe “El Alcohol y la Conducción 2005”**

## **Cerveceros de España y la DGT presentan la campaña La Carretera te pide SIN**

- *La iniciativa contribuye a concienciar a los conductores de que alcohol y conducción son incompatibles*
- *Se difundirán mensajes educativos en autoescuelas y gasolineras de toda España, y se realizará una campaña publicitaria en prensa, vallas y traseras de autobuses*
- *El informe “El Alcohol y la Conducción 2005”, que se ha presentado junto con la campaña, analiza la situación en materia de seguridad vial a nivel mundial y destaca el papel de la educación en la prevención de los accidentes de tráfico*

**Madrid, 6 de julio de 2006.-** 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)- han presentado hoy en Madrid la sexta edición de la campaña “La Carretera te pide SIN”, en la que participan más de 5.400 autoescuelas y 6.000 estaciones de servicio de toda España.

Esta iniciativa educativa pretende contribuir a transmitir a la opinión pública que el consumo de alcohol y la conducción son incompatibles. Junto con la campaña, se ha presentado el informe “**El Alcohol y la Conducción 2005**”, que destaca la importancia de las iniciativas de concienciación social, combinadas con instrumentos que garanticen el cumplimiento de las normas ya existentes, para conseguir un descenso del número de accidentes relacionados con el consumo de alcohol.

Los mensajes de “La Carretera te pide SIN” se difundirán a nivel nacional mediante la distribución de 12.000 carteles, 210.000 pegatinas, 175.000 llaveros y 6.000 postales en 5.400 autoescuelas y 6.000 estaciones de servicio de todo el país durante los meses estivales. Además, esta iniciativa se verá reforzada con una campaña de publicidad, que se inicia en 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” 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 carnet”, son algunos de los mensajes que se podrán encontrar en el material gráfico de la campaña.

*“Cerveceros de España apuesta por los programas educativos y preventivos como los mejores canales para hacer llegar a los conductores mensajes sobre una conducción responsable, ya que se ha comprobado que las medidas prohibitivas suelen generar la respuesta contraria a la deseada. Nos sentimos muy satisfechos de poder aportar nuestro grano de arena para contribuir, en la medida de lo posible, a reducir los accidentes de tráfico provocados por el consumo indebido de alcohol”,* afirma Jacobo Olalla Marañón, director general de Cerveceros de España.

“La Carretera te pide SIN” fue seleccionada en 2004 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.

Otras instituciones que colaboran en “La Carretera te pide SIN” 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) y Rotary International.

## Conclusiones informe “El Alcohol y la Conducción 2005”

Junto con la campaña “La Carretera te pide SIN”, se ha presentado el informe “El Alcohol y la Conducción 2005” que analiza la situación en materia de seguridad vial de 41 países con sistemas legales y culturas muy diferentes entre sí. Este documento compara las legislaciones nacionales y los cambios normativos de los últimos años, las tasas máximas de alcoholemia permitidas para conducir, las diferentes sanciones por conducir bajo los efectos del alcohol y las campañas de prevención e información dirigidas a los conductores.

Entre las conclusiones generales de este informe resalta la **importancia de la educación vial de los conductores y el respeto por las normas de tráfico en la disminución del número de accidentes**. Por ejemplo, en países como Suecia, Reino Unido y Holanda, con una arraigada cultura en el ámbito de la seguridad vial, el índice de mortalidad en carretera por habitante es un 50% inferior al registrado en España. Los datos recogidos demuestran que existen países donde queda mucho por hacer en este sentido y destacan la importancia de promover campañas de educación y concienciación dirigidas a la población en general, implicando al mayor número de agentes sociales y sectoriales posibles.

Según este informe, la combinación de este tipo de campañas y el establecimiento de los instrumentos necesarios para que se cumplan las normas nacionales ya existentes, son la clave para conseguir una reducción de los accidentes de tráfico motivados por el alcohol. Una armonización legislativa a nivel europeo no sería, por tanto, la solución idónea.

Si se analizan las tres causas principales de accidentes mortales (exceso de velocidad, conducción bajo los efectos del alcohol o las drogas y no utilizar los cinturones de seguridad) se observa que los países que más éxito han tenido en la reducción del número de víctimas son los que están poniendo más énfasis en cumplir las normas existentes, lo que se traduce en una mejor prevención de las infracciones y, por consiguiente, en una menor tasa de accidentes.

Otro de los aspectos destacados en el informe es que **no se observa un índice de siniestralidad menor en países con tasas de alcoholemia más bajas**. En este sentido, es significativo que países con tasas límite de alcoholemia muy dispares como Suecia (0,2 mg/l) y Reino Unido (0,8 mg/l) -muy activo en campañas de prevención- presenten unos datos muy similares en cuanto a víctimas mortales de tráfico, ambos por debajo de la media europea.

“El Alcohol y la Conducción” también destaca el compromiso del sector cervecero mundial para luchar contra la conducción bajo los efectos del alcohol y que el número de campañas destinadas a este fin aumenta todos los años. Muchas se realizan con las administraciones públicas o con distintas organizaciones locales de seguridad vial, lo que ayuda a potenciar el mensaje. Su evaluación, cada vez más rigurosa, demuestra su eficacia y que el sector cervecero tiene un papel importante que desempeñar para alcanzar una solución completa.

## El alcohol y la conducción en los jóvenes

Las entidades promotoras de “La Carretera te pide SIN” coinciden en la importancia de la educación al joven conductor. No hay que olvidar que, según el último estudio “Alcohol, Jóvenes y Conducción”, realizado por la Universidad Carlos III de Madrid y para el que se efectuaron 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 (0,25 mg/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, calimochó o vermuth, y un 8% se decanta por el consumo de cerveza.

### 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 “La Carretera te pide SIN” ofrece como alternativa la cerveza sin alcohol, que cada vez gusta más en nuestro país. No hay que olvidar que España es líder de la UE en producción y consumo 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 (0,0%). 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 (0,5 g/l).

### La campaña de publicidad de “La Carretera te pide SIN”

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 sexta edición de esta iniciativa 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, AS, ABC Sevilla, La Razón, El Correo Español y La Vanguardia; 1.100 vallas panorámicas en las carreteras de 45 ciudades españolas y la colocación de la imagen de la campaña, del 15 de julio al 31 de agosto, en las traseras de 14 autocares de largo recorrido con una cobertura geográfica que abarca 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.

#### **Para más información:**

Marta Avilés/Ángela Rubio  
Gabinete de prensa de Cerveceros de España  
91 384 67 21/11  
marta\_aviles@es.bm.com  
angela\_rubio@es.bm.com