



## **Iniciativa "Compromissos das Fabricantes de Cerveja, Vinho e Bebidas Destiladas" relata progressos em dois anos de esforços para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas**

WASHINGTON, 15 de setembro de 2015 /PRNewswire/ -- CEOs das maiores fabricantes globais de cerveja, vinho e bebidas destiladas divulgaram, hoje, um relatório que destaca o progresso de sua iniciativa inédita para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas. No marco de dois anos do programa de cinco anos, a iniciativa "Compromissos das Fabricantes de Cerveja, Vinho E Bebidas Destiladas para Reduzir o Consumo Prejudicial de Bebidas Alcoólicas"

(<http://www.producerscommitments.org>) tem apresentado progressos em áreas essenciais como reduzir o consumo de bebidas alcoólicas por menores de idade, conter a prática de beber e dirigir e fortalecer e expandir os códigos de prática de *marketing* para promover o costume de beber responsabilmente.

(Foto: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20150909/265153> )

Uma observação notável nesse relatório é o progresso das fabricantes no apoio à redução de consumo de bebidas por menores. As empresas signatárias promoveram 180 programas educacionais de prevenção do consumo de bebidas alcoólicas por menores em todo o mundo. As fabricantes de cerveja, vinho e bebidas destiladas ajudaram conduzir o desenvolvimento de uma política de idade legal de compra no Vietnã em 2014.

"Acreditamos que a luta contra o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas deve envolver todos os setores da sociedade, incluindo os governos, a sociedade civil e o setor privado. Estamos, portanto, satisfeitos que os CEOs das maiores fabricantes de bebidas alcoólicas tenham concordado em aprovar um conjunto de cinco compromissos para lidar com o consumo prejudicial de bebidas, em um programa de trabalho de cinco anos", disse a presidente e CEO da Aliança Internacional para o Consumo Responsável de Bebidas (IARD -- *International Alliance for Responsible Drinking*), Ann Keeling. A Aliança serve como Secretaria da iniciativa "Compromissos". "A IARD acolhe positivamente outras fabricantes de bebidas alcoólicas e varejistas que quiserem aderir à iniciativa, para fortalecermos esses esforços, bem como convida parceiros dos governos, sociedade civil e organizações internacionais a ler esse relatório e ver como podemos colaborar para encontrar soluções".

"Nossas empresas são representadas em mais de 100 países e assumimos o compromisso de fazer uma contribuição positiva e duradoura, através de nossos esforços conjuntos, em todos os mercados onde operamos", disse o CEO da iniciativa "Compromissos", Carlos Brito, que também é presidente do Grupo e CEO da Anheuser-Busch InBev. "Nossos Compromissos representam um bom ponto de partida para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas mundialmente. Mas, para levar o impacto de nosso trabalho para um nível mais alto, precisamos expandir essa abordagem coletiva, a fim de incluir outras fabricantes de cerveja, vinho e bebidas destiladas, bem como varejistas, governos, organizações internacionais e grupos comunitários locais. Estamos trabalhando arduamente para formar essas parcerias, de forma que possamos causar um impacto ainda maior com nossos esforços para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas".

A iniciativa "Compromissos" é a maior já empreendida no setor para lidar com o consumo prejudicial de bebidas. [O Relatório sobre o Progresso \(Progress Report\) de 2014](#), baseado em indicadores essenciais de desempenho desenvolvidos pela Accenture Sustainability Services, foi afiançado pela KPMG Sustainability. O relatório examina os ganhos conseguidos em diversas áreas de ação identificadas. As áreas de progresso incluem:

- **Atingir mais pessoas em todo o mundo, de todas as maneiras possíveis, com educação e ferramentas para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas.** Coletivamente, os programas de educação resultantes do trabalho das signatárias com ONGs, organizações intergovernamentais e outros grupos de interesse atingiram diretamente mais de 2,58 milhões de menores de idade. Os esforços para envolver influenciadores adultos saltaram de cerca de meio milhão para 3,26 milhões. Novas ferramentas incluíram o desenvolvimento significativo da construção de um *website* para o consumidor (<http://www.responsibledrinking.org>), que fornece informações factuais, amigáveis ao usuário, sobre o consumo responsável de bebidas alcoólicas.
- **Criação de um impacto global permanente através de esforços de prevenção da prática de beber e dirigir.** Através do trabalho individual e coletivo, as fabricantes de cerveja, vinho e bebidas destiladas lançaram 375 esforços únicos relativos à prática de beber e dirigir, em 146 países. Em parceria com a IARD, as fabricantes lançaram uma série de programas-piloto bem-sucedidos, destinados a reduzir a prática de beber e dirigir na China, Colômbia, México, Nigéria, Rússia e Vietnã. Criados em parceria com governos, organizações da sociedade civil e ONGs, esses programas culturalmente específicos se focaram em aumentar a conscientização pública, desenvolver relacionamentos mais fortes com as autoridades policiais e visar grupos específicos de motoristas em maior risco de beber e dirigir.
- **Lançamento de um conjunto de princípios de orientação digital** em setembro de 2014. Os Princípios marcaram o primeiro conjunto de diretrizes globais da história para fabricantes de bebidas alcoólicas, exigindo que o *marketing online* e o uso da mídia social observem os mesmos altos padrões que se aplicam as tradicionais atividades de *marketing*. Esses padrões incluem a adesão à regra 70/30, que estabelece que anúncios impressos, televisivos e da mídia digital devem ter, no mínimo, 70% de audiência adulta.
- **Lançamento do Guia Educacional sobre o Álcool** em outubro de 2014. Elaborado com a orientação de um painel de especialistas, que basearam o trabalho em melhores práticas em todo o mundo, o *Guia* dá suporte, passo a passo, ao desenvolvimento de programas educacionais sobre bebidas alcoólicas, com recursos interativos, abrangentes e amigáveis ao usuário. O *Guia* fornece aos usuários exemplos de programas de boas práticas, que podem ser reproduzidos ou adaptados para públicos diferentes.

O Relatório sobre o Progresso também descreve o trabalho a ser feito à frente, pela duração da iniciativa, como expandir os esforços coletivos para conter a prática de beber e dirigir para outros países; continuar a trabalhar em determinados países, onde ainda não há medidas legais que proíbam a compra de bebidas alcoólicas por menores de idade; e continuar a colaborar com grandes varejistas internacionais para definir melhor o papel deles no suporte ao objetivo de reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas. Em 66 dos 117 países em que as fabricantes signatárias dos "Compromissos" estão ativas, pelo menos uma signatária está trabalhando para promover avanços nas iniciativas dos varejistas para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas.

As fabricantes assinaram os "Compromissos" pela primeira vez em outubro de 2012, quando concordaram em realizar uma série de ações em um período de cinco anos (começando em 2013), com o objetivo de fortalecer e expandir os esforços existentes para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas. Os cinco compromissos tratam de:

- Reduzir o consumo de bebidas alcoólicas por menores de idade;
- Fortalecer e expandir os códigos da prática de *marketing*;
- Fornecer aos consumidores informações e inovação responsável do produto;
- Reduzir a prática de beber e dirigir;
- Conseguir a adesão dos varejistas para reduzir o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas.

A IARD e as fabricantes também apoiam a Estratégia Global para Reduzir o Consumo Prejudicial de Bebidas Alcoólicas da Organização Mundial de Saúde (OMS) e aprovam o papel positivo que ela

identifica para fabricantes, distribuidoras, profissionais de *marketing* e comerciantes de cerveja, vinho e bebidas destiladas.

Veja um trecho da mesa-redonda dos CEOs sobre suas realizações: [Compromissos das Fabricantes](#)

**Para os editores:**

*O que é a IARD?*

*A IARD é uma organização sem fins lucrativos, dedicada à questão da saúde pública no que se relaciona ao consumo prejudicial de bebidas alcoólicas e a promover o consumo responsável de bebidas. Como o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas é um fator de risco contribuinte para três importantes doenças não transmissíveis (NCDs -- non-communicable diseases), sua redução é uma prioridade para governos de todo o mundo, como estabelecido no Plano de Ação Global da OMS sobre NCDs e na Declaração Política da ONU sobre a Prevenção e Controle das NCDs. A IARD apoia a implementação da Estratégia Global para Reduzir o Consumo Prejudicial de Bebidas Alcoólicas da OMS e o papel construtivo que os estados-membros identificaram para as fabricantes.*

*Como uma ONG global da saúde pública, formamos uma parceria com o público, a sociedade civil e grupos de interesse privados para promover nossa missão de contribuir para a redução do consumo prejudicial de bebidas alcoólicas e promover o consumo responsável em todo o mundo. A IARD apoia a implementação da meta global estabelecida pelos governos de todo o mundo de "uma redução relativa de pelo menos 10% do consumo prejudicial de bebidas alcoólicas" até 2025. A IARD é mantida pelas empresas afiliadas de todos os setores da indústria de bebidas alcoólicas – cerveja, vinho e bebidas destiladas -- em seu propósito de fazer parte de uma solução para o consumo prejudicial de bebidas alcoólicas.*

*As 12 signatárias dos "Compromissos" são: Anheuser-Busch InBev; Asahi Group Holdings; Bacardi; Beam Suntory; Brown-Forman Corporation; Carlsberg; Diageo; Heineken; Kirin Holdings Company; Molson Coors; Pernod Ricard; e SABMiller.*

**1225 19th Street NW, Suite 500 • Washington, D.C. 20036 USA (EUA)**

<http://www.iard.org>

Para informações sobre a IARD, por favor, contate:

Isabella Platon, vice-presidente sênior de Estratégia e Comunicações

[IPlaton@IARD.org](mailto:IPlaton@IARD.org)

CONTATO: IARD: Tel: +1-202-986-1159, Fax: +1-202-986-2080 +32-471-611-373 (Europa) / +1-202-556-6970 (EUA)