vinetur

Ignacio Sánchez Recarte (CEEV): “El 50% de los países contarán con niveles sostenibles de recursos dedicados a la reducción del uso nocivo del alcohol”

“La sostenibilidad de nuestro sector se va al traste si no podemos demostrar que somos responsables”, sostuvo Ignacio Sánchez Recarte, Secretario General del CEEV (Comité Europeo de Empresas del Vino), en el marco del 2º Foro Internacional de Consumo Responsable de Vino organizado por Bodegas de Argentina y Wine in Moderation Association.

jueves 14 de octubre de 2021

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Ignacio Sánchez Recarte, Secretario General del CEEV

Representantes del Viejo y Nuevo Mundo del vino se dieron cita para repensar la forma de comunicar las estrategias de marketing actuales a nivel mundial para impulsar el consumo de vino de una forma responsable.

En ese sentido, **Ignacio Sánchez Recarte**, Secretario General del CEEV (Comité Europeo de Empresas del Vino) recordó la génesis del actual plan de acción sobre el consumo de alcohol cuyo puntapié se dio en 2010 cuando la OMS adoptó la estrategia mundial para el uso nocivo del alcohol.

Luego, en 2015 se implementaron los objetivos de desarrollo en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) entre los cuales se mencionaron la importancia de reducir el uso nocivo del alcohol. Dos años después, en el marco de la ONU se estableció un documento para trabajar los Best Buys, es decir, las actuaciones de los estados miembros para reducir el uso nocivo del alcohol centrados principalmente en el control de precio de los productos, la disponibilidad de los mismos y el etiquetado y

presentación.

Por último, subrayó Sánchez Recarte que en 2020 se le solicitó al director general de la OMS cuatro acciones cuyos puntos prioritarios fueron la creación del plan de acción para 2022/2030 que facilite la aplicación eficaz de la estrategia, elaborada en consulta con los estados miembros y las partes pertinentes para que sea adoptado el próximo año. ¿El objetivo central del plan de acción? Reducir la mortalidad de vidas debido al consumo nocivo del alcohol.

Además de la reducción del 20% del consumo nocivo de alcohol y la implementación de medidas como control de precios, disponibilidad y etiquetado de productos en el 75% de los países que forman parte. "El 50% de los países contarán con niveles sostenibles de recursos dedicados a la reducción del uso nocivo del alcohol. Y el indicador de la OMS será analizar la cantidad de países que han adoptado impuestos especiales en la producción y/o comercialización del alcohol" enfatiza Sánchez Recarte quien agrega que "se está intentando hacer una copia de lo que es hoy el convenio marco de la OMS para el control del tabaco. Por eso tenemos que demostrar que somos responsables y que podemos ser parte de la solución y que no hace falta tabacalizar nuestro sector porque representamos un bien social, cultural y económico".



El consumo moderado forma parte de una dieta saludable y de la cultura gastronómica.

Desde España, **Eduardo de Diego** de la FEV, explicó la nueva herramienta europea 'U-LABEL', una plataforma para la creación de etiquetas electrónicas en los sectores del vino y las bebidas espirituosas que permitirá a los consumidores de toda Europa acceder, en su propio idioma, a la información de estos productos a través de la tecnología de códigos QR. "Ahora nos encontramos con un desafío, ya que hay un proyecto a nivel europeo para promover el etiquetado digital del vino a través de códigos QR con una plataforma propia en la que se incluirá un apartado para los mensajes de moderación donde esperamos que las bodegas que están adheridas a WIM también las puedan utilizar para visibilizar el programa", señaló el Responsable de Comunicación de la Federación Española del Vino.

Desde Colombia, **Luz María de Bedout** de ASOVINOS, organización colombiana de productores, importadores, distribuidores y comercializadores de vino, remarcó que la pandemia generó la necesidad de fomentar el consumo responsable a través de las redes sociales. "Porque en Colombia estaban atribuyendo la violencia intrafamiliar al consumo de bebidas alcohólicas. Así que trabajamos arduamente con el gobierno para

que no se implementaran tantas leyes secas y toques de queda y creamos la campaña #EnCasaConASOVINOS para mostrar cómo se disfruta un vino en su plenitud conociendo el origen del vino, bebiendo despacio, siempre con agua al lado, en buena compañía y con moderación".

Además, De Bedout enfatizó que "el concepto natural de consumo responsable que conocemos gracias a lo que hemos aprendido de Wine in Moderation (WIM), en la pandemia, se nos estaba quedando corto. Porque consumo responsable también es asistir a espacios seguros y cuidarme a mí misma para poder cuidar a los demás. Por eso lanzamos la campaña #Acudimos a ti con temáticas relacionadas al cuidado, el disfrute y la moderación". En esa línea, la presidenta de ASOVINOS recalcó la importancia de asistir a espacios donde se vendan productos seguros y combatir el comercio ilegal -desde las bebidas adulteradas hasta las importaciones ilegales- y las fiestas clandestinas.

Por su parte, **José Ramon Fernández**, Director Europeo de Pernod Ricard, remarcó la importancia de la responsabilidad social. "Tenemos que ser anfitriones responsables y estar alertas y en contra de los consumos abusivos o indebidos de las bebidas alcohólicas porque nuestro negocio consiste en brindar buenos momentos. Y para tener estos momentos es necesario beber con moderación, con responsabilidad y sin excesos. Por eso para nosotros la reducción de las cuotas de consumo indebido es parte de nuestra estrategia de premiumización de la experiencia del consumo. Porque nuestros consumidores no quieren consumir más, quieren consumir mejor".

Desde Vinos de Chile, **Patricio Parra**, agregó que "hay que ser muy claros en el mensaje a menores de edad, mujeres embarazadas y conductores bajo los efectos del alcohol". Por eso, desde 2018 el código de comunicación comercial del vino incluyó estos tres logos de forma voluntaria para que no haya dudas en los mensajes. Un claro ejemplo de todo esto, es la labor que llevan a cabo redireccionado sitios webs de bodegas cuando intentan ingresar menores de edad: "Cuando un menor de 18 años quiere ingresar a la web se los redirige a la página de WIM para que haya una instancia de capacitación y educación y sepan por qué no deben entrar a esas páginas. Más que prohibir el acceso se aprovecha el contacto para una instancia de educación".

Como corolario del foro, **Natalia Álvarez**, Gerente de Comunicación y Marketing de Bodegas de Argentina -quien desde el año 2013 trabaja en conjunto con bodegas, escuelas de gastronomía, medios de comunicación e instituciones comprometidas con el impulso de la responsabilidad individual- agregó que si mejoramos la forma de beber mejoraremos nuestra calidad de vida. Ya que como dijo también Milton Kuret, Director Ejecutivo de Bodegas de Argentina: "beber vino en cantidades adecuadas es beneficioso para la salud y complementa el disfrute de la ingesta de alimentos. Por eso debemos incorporar en nuestra cultura el hacerlo con moderación y responsabilidad".