

Sanidad quiere poner coto al patrocinio de marcas de **alcohol** en el mobiliario de los bares

- Madrid, 31 jul (EFE).- El Ministerio de Sanidad quiere acabar con los patrocinios de las empresas de bebidas alcohólicas en sillas, mesas o cualquier mobiliario y element...



Social Issues

<https://www.lavanguardia.com/vida/20240731/9844349/sanidad-quiere-poner-coto-patrocinio-marcas-alcohol-...>

AGENCIAS

Miércoles, 31 julio 2024

Madrid, 31 jul (EFE).- El Ministerio de Sanidad quiere acabar con los patrocinios de las empresas de bebidas alcohólicas en sillas, mesas o cualquier mobiliario y elemento de los locales hosteleros que estén a menos de 200 metros de lugares frecuentados por menores y ampliar las restricciones publicitarias a las cervezas '0.0'.

El anteproyecto de ley de menores y **alcohol** que ayer llevó la ministra Mónica García al Consejo de Ministros también pretende acabar con mensajes que puedan ser confusos del tipo 'consumo moderado' o 'responsable'. "Se acabó, no hay ninguna evidencia", ha zanjado el secretario de Estado de Sanidad, Javier Padilla, en un encuentro mantenido con los medios junto con el asesor Mario Fontán.

La futura ley aunarà un sinnúmero de normativas "dispersas" y homogeneizará las que ya aplican las comunidades y otras ordenanzas municipales para frenar el consumo de **alcohol** en los más jóvenes, o al menos a retrasar la edad de inicio, tras el repunte que se ha notado desde 2020 tras una década de descenso.

Estas son sus claves:

Ampliación de los lugares en los que no se podrá beber

Sanidad quiere prohibir el consumo a todas las personas en centros docentes -salvo universidades-, de protección de menores y residencias de estudiantes que los admitan y en espacios deportivos, de ocio o dedicados a espectáculos públicos cuando haya sesiones que se hayan concebido expresamente para ellos.

Padilla aclara: en un concierto de Aitana se podrá beber, en uno de Luli Pampín, no.

Adiós a la publicidad física a menos de 200 metros de colegios

En esos lugares en los que no se podrá beber, tampoco se podrá emplazar publicidad. Tan solo se permitirá el nombre comercial, denominación social y marcas o símbolos identificativos de las empresas productoras, en un perímetro que diste de 200 metros lineales de los accesos a zonas frecuentadas por menores, incluyendo centros sanitarios, de servicios sociales y sociosanitarios, parques y lugares de ocio infantil.

Lo cual incluye el mobiliario de hostelería, sean sillas, mesas, toldos, sombrillas, servilleteros o cualquier elemento que haga alusión a una marca de bebida alcohólica, y también el transporte público, marquesinas o sedes de administraciones públicas.

Equiparación publicitaria de las bebidas 0.0

Cualquier forma directa, indirecta o encubierta de publicidad de bebidas alcohólicas está prohibida para los menores o emplazarla en los lugares en los que no se puede beber.

La intención ahora es que ahora también lo esté la de productos que simulen ser una bebida alcohólica, incluyendo su nombre comercial, la denominación social, símbolos o marcas comerciales de las personas o empresas productoras de dichas bebidas.

Y eso afecta a las cervezas y otras bebidas 0.0. "Consideramos que la publicidad de las bebidas 0.0 también supone una promoción de la misma marca que está vendiendo la bebida alcohólica", ha resaltado Padilla, que ha censurado que, en algunos casos, es "muy difícil encontrar" la versión sin **alcohol** para su venta y consumo, pero sí su publicidad.

"Es una especie de '0.0 washing' en el ámbito publicitario", ha resumido.

No existe el "consumo responsable", menos aún en los menores

Las empresas no podrán utilizar para sus comunicaciones comerciales la imagen o la voz de menores de 21 años o mayores de esa edad cuando se presenten caracterizados o disfrazados de menores.

Tampoco usar argumentos, estilos, tipografía o diseños asociados a la cultura de los más jóvenes o vincular las bebidas alcohólicas con la mejora del rendimiento físico, el éxito social o sexual ni emplear términos equívocos o ambiguos como "consumo responsable" o "moderado".

“Los menores de edad no es un ámbito en el que deba existir nada de consumo responsable”, ha enfatizado el número dos de Sanidad.

Sanciones de 60 a 600.000 euros

El texto contempla que las fuerzas de seguridad puedan hacer pruebas de alcoholemia en lugares y circunstancias específicas donde el consumo de **alcohol** esté prohibido.

También recoge un capítulo dedicado a las sanciones, que pueden ir de una multa de 60 a 600 euros si son leves -aunque en este caso pueden ser sustituidas por programas de concienciación o rehabilitación-; de 601 a 30.000 euros si son graves y de 30.001 euros hasta 600.000 si son muy graves.

En los dos últimos supuestos, pueden ir acompañadas de otras medidas aparejadas como el cierre total.

Máquinas expendedoras controladas

La normativa quiere obligar a instalar en las máquinas expendedoras mecanismos que comprueben la mayoría de edad, similar al que ya usan algunas máquinas de **tabaco**.

Si no fuera posible desarrollar este mecanismo, apuesta por la vigilancia de una persona física.

Segunda vuelta en el Consejo de Ministros a final de año

En el redactado del anteproyecto ha participado el sector a través de las asociaciones de cerveceros, del vino y de bebidas espirituosas, con los que se han venido reuniendo los responsables de Sanidad en los últimos meses, aunque aún podrán presentar aportaciones durante el trámite de audiencia pública que se iniciará el próximo lunes y se extenderá hasta mediados de septiembre

Los cálculos del Ministerio es que el texto pueda salir ya como proyecto de ley de la mesa del Consejo de Ministros a finales de este año o principios de 2025 y, a partir de ahí, poder empezar así su andadura parlamentaria. EFE

ada/jdm