

Ambev cria +ID e chama para "responosa"

Marcos Bonfim

Enquanto aumenta cada vez mais a visibilidade, via noticiários, dos danos causados pelo consumo de bebidas alcoólicas entre os menores de 18 anos, a Ambev, líder no mercado de cerveja, dá mais um passo no projeto de consumo responsável, lançado em 2003. A nova ação, batizada de +ID, conta com o "Supermercado de responosa", o "Bar de responosa" e dá continuidade aos "Jovens de responosa", com a estratégia de proibir a comercialização de bebidas alcoólicas para menores de idade.

Com o "Supermercado de responosa", em ação com o Grupo Pão de Açúcar, um dispositivo identificará a bebida alcoólica. O operador do caixa pedirá a identidade do comprador e a cadastrará no sistema, para a liberação do produto. A solicitação do documento será feita a todos os clientes que aparentarem ter menos de 25 anos. "É preciso fazer grandes parcerias de modo que consigamos avançar", declarou Milton Selligman, vice-presidente de relações corporativas da Ambev. Questionado sobre a queda da vendas, Selligman foi direto: "Não nos interessa o lucro proveniente de vendas para menores de idade e para quem bebe e dirige. Não 'estamos preocupados com isso".

Para Paulo Pompilio, diretor de relações corporativas do grupo Pão de Açúcar, o retorno da ação leva tempo, mas o executivo está otimista. "A mensuração será venda zero. Nosso sistema garante que iremos a prática" afirmou. Segundo o executivo, hoje em torno de 60% dos tíquetes comercializados na rede Pão de Açúcar contêm itens alcoólicos. Toda a comunicação, por parte do Pão de Açúcar, será no ponto de venda, disse o executivo. "Toda comunicação é na loja. Lá é garantido". De acordo com o Pão de Açúcar, mais de 10 mil colaboradores estão aptos às novas funções-, que envolveram treinamentos de dois meses.

Até o final de outubro, os colaboradores do Nordeste e do Centro-Oeste estarão qualificados. A ação começa em São Paulo e Paraná, com 395 lojas do Pão de Açúcar, Extra e Assai. O sistema desenvolvido será disponibilizado pelo grupo aos varejistas que fazem uso do sistema Itautec. Para os bares, a proposta é o "Bar Responosa" inicialmente para estabelecimentos localizados em comunidades de baixa renda. Os mais responsáveis, eleitos pelos próprios moradores, ganharão pintura, reforma, entre outras ações patrocinadas pela cervejaria. Os donos e funcionários dos cerca de 3,5 mil bares receberão treinamento e kit com informações sobre o consumo responsável.

O projeto dá continuidade também ao "Jovens de responosa", em parceria com dez ONGs nas cidade de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador. Esses adolescentes têm como missão propagar informações sobre o consumo consciente e responsável, além da prevenção do álcool aos menores de 18 anos. Durante a coletiva, Ca- fu, ex-jogador e campeão mundial pela seleção brasileira e criador da Fundação Cafu. que conta com o apoio da Ambev, parabenizou a iniciativa.

Campanha

A comunicação da implantação do projeto teve criação da Loducca, do Grupo ABC, e produção da Conspiração. O filme, que será veiculado em TV aberta e fechada, em um ambiente de bar, reitera que a cerveja é democrática, todas as pessoas podem consumi- lá, com exceção dos menores de 18. Anúncios, material de PDV e ações promocionais complementam o pacote de mídia. A campanha estreia no próximo dia 12.

O ícone +ID marcará presença nas principais marcas do portfólio da companhia, como Brahma e Skol. Segundo a Ambev, será um convite à sociedade, à conscientização e ao engajamento contra esse tipo de consumo.

Fonte: Propmark, São Paulo, 5 set. 2011, p. 23.