



STUDIUL PILOT: Tinerii din București iau în serios problema șofatului dacă au consumat alcool, cu toate că jumătate dintre ei declară că nu cunosc limita legală a alcoolemiei

Trei sferturi dintre tinerii bucureșteni intervievați, cu vârste între 18 și 35 de ani, estimează greșit timpul până la eliminarea din sânge a cantității de alcool consumate, indicând un timp mai mare decât cel calculat cu ajutorul aplicației [Zero la Mie](#), arată un studiu Cult Market Research, susținut de Ursus Breweries.

București, 25 martie 2015 – Responsabil, însă nu corect informat. Acesta este profilul tânărului șofer din București, conform studiului sociologic experimental „**Percepție vs. realitate**” efectuat de Cult Market Research la finalul anului 2014.

Interviurile au fost realizate în Centrul Vechi și în campusuri universitare din Capitală, precum Agronomie, Grozăvești și Regie. Unul dintre obiectivele studiului a fost de a măsura percepția tinerilor șoferi cu vârste între 18 și 35 de ani, din segmentul consumatorilor de bere, cu privire la timpul necesar pentru eliminarea din sânge a cantității de alcool consumată înainte de a șofa. Peste jumătate dintre respondenți, 51%, consumă în medie între 1 și 2,9 unități* de alcool la o ieșire în oraș, iar tinerii din București se declară precauți în ceea ce privește consumul de alcool. În ciuda acestui fapt, mulți nu știu exact care este limita legală a alcoolemiei înainte de șofat și cât timp îi este necesar organismului pentru a procesa alcoolul consumat pentru a ajunge la nivelul de zero la mie:

- Ceii mai mulți dintre subiecții acestei cercetări consumă băuturi alcoolice o dată sau de două ori pe săptămână (29%) și de două sau trei ori pe lună (23%).
- Berea este băutura alcoolică preferată și cea mai consumată de către acest segment cu ocazia ieșirilor în oraș.
- Numai 54% dintre respondenți știu că limita legală a alcoolemiei pentru șofat este de 0 la mie.
- Limita legală a alcoolemiei o cunosc 67% dintre cei care șofează zilnic, iar dintre cei care șofează mai rar, doar 44%.
- Peste trei sferturi dintre repondenți, 84%, apreciază aplicația **Zero la mie** și intenționează să o folosească în viitor.
- 59% dintre persoanele intervievate apreciază corect faptul că alcoolul le afectează abilitatea de a conduce, în timp ce 11% consideră că o cantitate redusă de alcool le îmbunătățește aceste abilități.
- Aproape toate persoanele intervievate, 90%, consideră că nu ar trebui modificată legislația cu privire la limita de alcool permisă în privința șofatului.



“Cercetarea și-a propus în primul rând testarea unor ipoteze privind percepția tinerilor asupra limitei legale a alcoolemiei și totodată eliminarea unor legende urbane despre consumul de alcool și timpul necesar până la urcarea la volan. Acest cadru se poate realiza în contextul unor unor informații atestate științific de către instituții abilitate în acest sens. Cercetarea a urmărit o abordare cantitativă într-o situație experimentală pe un eșantion ad libitum. Cercetarea completează un proiect mult mai amplu desfășurat de-a lungul timpului împreună cu Ursus Breweries privind consumul responsabil de alcool: plecând de la abordări psihosociologice privind locul controlului, până la studiu experimental și observație participativă”, explică Alexandru Zoderu, reprezentant Cult Market Research.

Studiul Cult Market Research **“Percepție vs realitate”** a fost susținut de Ursus Breweries, parte a grupului SABMiller plc.

Concluziile cercetării au venit după interviuarea a peste 150 de șoferi respondenți, iar comparațiile între percepție și realitate au fost făcute folosind indicii aplicației **“Zero la Mie”**.

“Zero La Mie este o aplicație mobilă prin care se estimează timpul rămas până la atingerea nivelului de zero la mie alcoolemie în sânge. Pentru Ursus Breweries, promovarea și asumarea pe deplin a consumului responsabil de alcool este parte integrantă a imperativelor noastre de dezvoltare durabilă. Lansarea unei inițiative precum acest studiu își propune, ca rezultat final, sprijinirea eforturilor depuse de autorități în vederea mai bune conștientizări a problematicii consumului de alcool și a șofatului, în concordanță cu angajamentele pe care ni le-am luat în fața partenerilor noștri, de-a lungul timpului. Tocmai de aceea dorim să continuăm să oferim instrumente utile prin care să ajutăm consumatorii și clienții Ursus Breweries să fie informați și să rămână în control. Zero la Mie este un exemplu în acest sens. Aplicația este disponibilă pentru iOS și Android, este practică și ușor de folosit”, a declarat Robert Uzună, Corporate Affairs Director Ursus Breweries.

FINAL

URSUS Breweries



Percepție vs REALITATE

Consumul de alcool în viața tinerilor șoferi din România
un studiu realizat de Ursus Breweries, în parteneriat cu agenția Ouli Research



Cât beau tinerii atunci când ies în oraș cu prietenii?



Tinerii în relație cu 0%



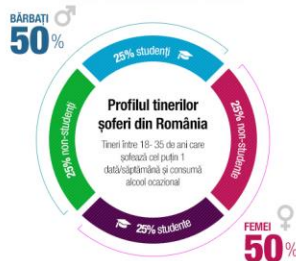
Dintre aceștia...



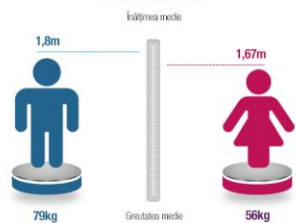
Poate alcoolul să vă influențeze abilitatea de a conduce?



Legislația



Caracteristici fizice



Relația tinerilor cu alcoolul

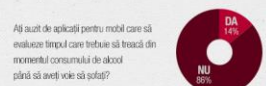
Tipul preferințelor de consum



APLICAȚIA ZERO LA MIE

Cât de bine estimează tinerii nivelul de alcool ingerat?

Majoritatea respondenților estimează greșit timpul până la eliminarea din sânge a alcoolului.



Evaluarea aplicației ZERO LA MIE



Metodologie și resurse folosite

Toute aceste date au fost furnizate prin:



154 de interviuri



Folosit un program special pentru analiză - SPSS



3 echipe a câte 2 persoane de operatori și promotori



Aplicația Zero la Mie



Analiza comparativă a rezultatelor + realizarea raportului de cercetare

Descarcă aplicația Zero la Mie de pe:



*Pentru calcularea consumului de alcool a fost utilizată convenția CARS: 1 unitate de alcool = 1 bere (500ml) = 1 pahar de vin (200ml) = 1 shot / 1 cocktail cu 40ml de alcool 50%



Despre Ursus Breweries

Ursus Breweries, parte din grupul SABMiller plc, este unul dintre cei mai mari producători de bere din România. Pentru mai multe informații despre Ursus Breweries și programele sale vă rugăm să vizitați: www.ursus-breweries.ro și www.desprealcool.ro.

Despre Cult Market Research

Cult Market Research este o companie de cercetare de piață care pune accentul pe inovație, tehnologie modernă și pe oferirea de soluții adaptate la nevoile unor categorii variate de clienți. De consultanță și serviciile noastre de cercetare beneficiază companii din diferite industrii pe care le considerăm partenerii noștri.

Studiile realizate de Cult Market Research îi ajută pe clienți să găsească răspunsuri la întrebările cele mai dificile legate de bussines, de piață și de consumator. Soluțiile de cercetare pe care le propunem sunt complexe, acționabile și adaptate la nevoile clienților.

Pentru mai multe informații despre serviciile noastre vă rugăm să accesați: www.cult-research.ro

Pentru informații suplimentare:

Ursus Breweries

Robert Uzună

Corporate Affairs Director

robert.uzuna@ro.sabmiller.com

Graffiti PR

Sergiu Petre

PR Consultant

sergiu.petre@graffitipr.ro

**Pentru calcularea consumului de alcool a fost utilizată convenția OMS: 1 unitate de alcool = 20 g alcool pur = 1 bere (500 ml) = un pahar de vin (200ml) = 1 shot sau un cocktail cu 40 ml de alcool de 50%.*