

Campania „9 luni cu 0 alcool”: Peste 1.600 de persoane din București au aflat, prin intermediul piesei de teatru “30 +”, despre riscurile consumului de alcool în timpul sarcinii

București, 21 august 2017 – Piesa de teatru „30 +”, parte din campania “9 luni cu 0 alcool”, a informat pe parcursul unui an peste 1.600 de femei și bărbați asupra riscurilor consumului de alcool în timpul sarcinii. Alcoolul consumat în timpul sarcinii este asociat cu o serie de riscuri pentru sănătate, ce pot apărea atât la mamă (avort spontan, naștere prematură sau întârziată), cât și la făt (Spectrul Tulburărilor Alcoolice Fetale și Sindromul Alcoolic Fetal).

Piesa „30 +”, pusă în scenă la Teatrul Godot, este parte din campania “9 luni cu 0 alcool”, lansată în 2015 de Ursus Breweries, în parteneriat cu „Asociația Mame pentru Mame”, și continuă unul dintre angajamentele de dezvoltare durabilă ale companiei, acela de a promova un consum responsabil de alcool.

Dana Rogoz, ambasadoare a campaniei “9 luni cu 0 alcool”, a interpretat unul dintre rolurile principale în spectacolul ce are la bază scenariul autoarei americane Laura Shaine Cunningham și a dus mai departe mesajul de responsabilitate “zero alcool în timpul sarcinii”.

La finalul unui an în care s-au jucat peste 20 de reprezentații, mai mult de 1.600 de persoane au aflat prin intermediul piesei de teatru despre riscul consumului de alcool în timpul sarcinii. În același timp, prin intermediul canalelor social media și media tradiționale, mesajul „9 luni cu 0 alcool” a ajuns la mai mult de 300.000 persoane.

“Suntem bucuroși că am putut crește gradul de conștientizare a necesității de a nu consuma alcool în timpul sarcinii prin intermediul acestei adevărate oglinzi sociale, care este teatrul. Reacția spectatorilor a fost extraordinară și, cu siguranță, ne-a motivat să continuăm să susținem și alte metode creative prin care să contribuim la informarea comunităților de părinți și la prevenirea riscurilor ce pot apărea la viitorii bebeluși. Acest proiect inedit s-a înscris, de altfel, foarte firesc în rândul eforturilor constante ale Ursus Breweries de a promova un consum responsabil de alcool.”, a declarat Robert Uzună, Corporate Affairs Director, Ursus Breweries.

Rolurile principale în piesa „30 +” au fost interpretate de Dana Rogoz, Corina Moise, Ana Covalciuc, Ioana Anastasia Anton, Florina Gleznea și Andreea Mateiu.

„Sunt fericită că am putut să transmitem un mesaj atât de important prin intermediul teatrului, și, în numele întregii echipe, mulțumesc Ursus Breweries pentru implicare. Este una dintre cele mai frumoase campanii din care am făcut parte; sunt onorată să fiu ambasadoarea ei și să pot



contribui, cu toată convingerea, la acest demers de pionierat dedicat viitoriilor părinți”, a declarat Dana Rogoz.

Ursus Breweries este primul producător de bere care a introdus în 2013 mesajul de responsabilitate, pe eticheta mărcii REDD’S: "Nu consuma alcool în timpul sarcinii". De asemenea, în 2013, Ursus Breweries a fost primul berar din România care a lansat o campanie de informare despre riscurile consumului de alcool în timpul sarcinii. În 2015, Ursus Breweries a extins campania atât la nivel de mesaj de responsabilitate plasat pe produsele sale, cât și prin diferite activități și materiale de informare distribuite în toată țara, în cadrul campaniei “9 luni cu 0 alcool”.

Despre Ursus Breweries

Ursus Breweries este cel mai mare producător de bere din România și începând cu 31 martie 2017 este parte din Asahi Breweries Europe Ltd. Mărcile din portofoliul Ursus Breweries sunt: URSUS, Timișoreana, Ciucaș, Grolsch, Peroni Nastro Azzurro, Redd’s, Stejar, Azuga, Pilsner Urquell, St Stefanus și marca de cidru Kingswood. Pentru mai multe informații despre Ursus Breweries și programele sale, vă rugăm să vizitați: www.ursus-breweries.ro și www.desprealcool.ro.

Despre Asahi

Asahi Group Holdings este o afacere globală, cu operațiuni în peste 100 de țări din întreaga lume, în domenii precum producția de bere, a băuturilor alcoolice, a băuturilor răcoritoare și a produselor alimentare. În Industria berii, Asahi deține un portofoliu diversificat, care include mărcile simbol Asahi Super Dry, Peroni și Grolsch.

În 31 martie 2017, Asahi Group Holdings Ltd a finalizat achiziția fostelor operațiuni de afaceri și mărci deținute de SABMiller în Europa Centrală și de Est – care include afacerile din Republica Cehă, Republica Slovacă, Polonia, Ungaria și România și alte active conexe, inclusiv operațiunile de export din Europa și Coreea de Sud. Începând cu data de 1 aprilie 2017, noua companie funcționează sub numele de Asahi Breweries Europe Ltd (ABEL).

Împreună cu ABEL, Asahi Group Holdings își propune să își consolideze poziția sa de afacere globală și prin mărcile sale să le ofere clienților cel mai înalt nivel de calitate și integritate.

Pentru mai multe informații despre Asahi, vă rugăm să vizitați www.asahigroup-holdings.com/en/

Contact presă: Loredana Modoran, loredana.modoran@pr.gmp.ro; 0722.640.229