

Maputo, 12 de Dezembro de 2016

CERVEJAS DE MOÇAMBIQUE LANÇA CAMPANHA RODOVIÁRIA “UM BRINDE À ESCOLHA CERTA”

Uma Campanha que visa promover condução segura, desencorajando após consumo de bebidas alcoólicas

No âmbito da parceria entre as instituições, a empresa Cervejas de Moçambique (CDM), e o Instituto Nacional dos Transportes Terrestres (INATTER), lançaram esta segunda-feira, 12 de Dezembro, uma campanha visando promover a condução segura, desencorajando a condução após consumo de bebidas alcoólicas. “Um Brinde à Escolha Certa” convida ao público a celebrar a escolha de não conduzir quando tenha consumido bebidas alcoólicas.

Por um lado, a campanha se insere nos objectivos de desenvolvimento sustentável da cervejeira, designada “Um Mundo Melhor”, e em particular nos esforços de promoção de um mundo saudável, através da promoção do consumo responsável de bebidas alcoólicas. Por outro lado, a mesma se enquadra nas acções do INATTER de reduzir a sinistralidade nas estradas nacionais, através da educação e sensibilização dos utentes das vias públicas Denominada “Um Brinde à Escolha Certa”, mais do que desencorajar as pessoas à fazerem-se ao volante depois de consumirem bebidas alcoólicas, a campanha tem objectivo demonstrar ao público que existem alternativas à condução quando tenha consumido bebidas alcoólicas.

José Moreira, Administrador da CDM acredita que ***“ A cerveja, e em especial as nossas marcas, juntam as pessoas e fazem parte dos seus bons e festivos momentos com amigos e familiares. Usamos a mesma paixão com que confeccionamos as nossas marcas de cervejas para garantir que as nossas marcas são saboreadas de forma responsável pelos nossos consumidores. Desencorajamos qualquer padrão de consumo que seja nocivo quer aos consumidores, quer as pessoas que o rodeiam.”***

Importa referir que dados divulgados recentemente em Moçambique, indicam que os índices da sinistralidade rodoviária tendem a crescer e, conseqüentemente, o número de mortes continua a preocupar a sociedade e as autoridades que lidam com segurança rodoviária, nomeadamente, Ministério dos Transportes e Comunicações, Instituto Nacional dos Transportes Terrestres INATER, Polícia da Republica de Moçambique (PRM) e a Administração Nacional de Estradas (ANE).

A presente campanha, que irá se desenrolar através das televisões, rádios e redes sociais, irá decorrer durante toda a quadra festiva e terá um alcance nacional.

Notas Para o Editor:

Sobre a Cervejas de Moçambique – A Cervejas de Moçambique (CDM) é uma empresa com 23 anos, que resultou da privatização, em 1995, da antiga fábrica de cerveja Sogere. A CDM manufactura marcas emblemáticas como 2M, Laurentina, Manica, Castle Lite, e comercializa marcas como Budweiser, Stella Artois, e Flying Fish.

As marcas da CDM são igualmente apreciadas por consumidores além-fronteiras, nomeadamente na África do Sul, em Portugal e no Reino Unido - países para onde exporta a 2M e a Laurentina.

Possui três fábricas localizadas em Maputo, Beira e Nampula, empregando mais de 1000 colaboradores.

A CDM é parte do maior grupo cervejeiro do Mundo, o Grupo AB Inbev.