

La Plataforma por el Ocio y el Ayto. de Madrid presentan la nueva campaña para luchar contra el botellón y los lateros: **QUE NO TE DEN LA LATA**

MÁS DE 500 LOCALES DE OCIO DE MADRID PARTICIPAN EN LA CAMPAÑA PARA LUCHAR CONTRA EL BOTELLÓN Y LOS LATEROS

Los altercados, robos y problemas de seguridad que tuvieron lugar en los macro botellones después del COVID provocaron la alerta y mayor percepción de su riesgo propiciando un cambio de tendencia y retroceso de este fenómeno

Aun así, sigue generando pérdidas económicas anuales de más de 10 millones de euros a los locales de ocio madrileños

Madrid, 19 de septiembre de 2023. Se pone en marcha la **II edición** de la campaña **QUE NO TE DEN LA LATA** promovida por el **Ayto. de Madrid, Noche Madrid, Madrid en Vivo** y la **Plataforma por el Ocio y la Hostelería de Madrid** para transmitir mensajes de **concienciación** al público de las zonas de ocio sobre los **problemas asociados a la venta clandestina de alcohol**.

IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL BOTELLÓN Y LOS LATEROS

Según datos de la Plataforma por el Ocio y la Hostelería de Madrid **más de 300.000 personas en Madrid consumían latas de cerveza en la calle antes del COVID** Y cada fin de semana, **se vendían de forma ilegal 50.000 latas, más de 2,5 millones anuales**, con un **perjuicio directo sobre los negocios de hostelería de más de 10 millones de euros**. Más de 1.500 establecimientos, principalmente del Distrito Centro, se veían afectados.

Más allá del impacto económico, hay que tener presente que esta problemática tiene **incidencia directa en los primeros consumos de alcohol de los menores de edad** al que pueden acceder sin ningún tipo de control y provocar **intoxicaciones** por la falta de higiene al utilizar alcantarillas y contenedores de basura como lugares de almacenamiento, producir **problemas de seguridad y orden público y molestias vecinales** por las concentraciones en la vía pública hasta altas horas de la madrugada.

UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN NECESARIA

La II edición de esta campaña pretende abordar la problemática del botellón y de los lateros **aprovechando el cambio de tendencias y el retroceso de estos fenómenos que se ha producido en los últimos dos años** como consecuencia de la **toma de conciencia por parte de los más jóvenes y las familias**, de los **peligros y problemas de seguridad, robos, agresiones sexuales y altercados** que se desarrollaron en los botellones que tuvieron lugar tras la finalización de las cuarentenas y los toques de queda de 2021.

Buen ejemplo de la **disminución de esta problemática** se observa al analizar los datos de la Policía Municipal de Madrid del **pasado año que reflejan que las multas del botellón descendieron un 70% respecto a 2021**. En 2022 se interpusieron un total de 26.373 multas por beber alcohol en parques y vías públicas de la capital frente a las 44.812 de 2021, lo que pone de manifiesto el retroceso del botellón y que la **campaña QUE NO TE DEN LA LATA pretende seguir impulsando**.

CAMPAÑA QUE NO TE DEN LA LATA 2023

La campaña de este año va a desarrollarse en los **soportes de publicidad exterior del Ayto. de Madrid** utilizando más de 400 marquesinas, mupis y columnas repartidas por la almendra central, en una primera fase que se inició el pasado **21 de agosto y que se ha reactivado este lunes 18 de septiembre**.

Paralelamente, desde el próximo 20 de septiembre y hasta el día 30, el equipo de mediadores de la **ONG Controla Club recorrerán las principales zonas de ocio de Madrid** repartiendo la cartelería y los folletos informativos de la campaña en **más de 500 locales** y también en la vía pública interactuando con el público.

Además, se realizará un **nuevo Estudio de Percepción sobre la problemática de los lateros y el botellón** contando con la opinión de un mínimo de 300 jóvenes, público de las zonas de ocio, pero también de los residentes y los profesionales del sector del ocio y la hostelería para conocer cómo evoluciona la percepción social sobre este fenómeno y analizar los nuevos datos obtenidos comparándolos con los del estudio realizado en **2020** que reflejaban que los principales **problemas** que ocasionaba el botellón era el **consumo de alcohol por parte de los menores según el 75,58%** de los encuestados, seguido de la **explotación de los inmigrantes que venden las latas por parte de bandas organizadas (74,05%)** y las **molestias vecinales para el 54,96%**. De la encuesta, además, se extraía que la realización de campañas de concienciación para explicar los problemas del botellón y los lateros eran necesarias para el 77,86% de los jóvenes que respondieron.

Asimismo, y fruto de la colaboración con la empresa de comunicación **014 Media**, responsable de la gestión de las pantallas de plasma en los locales de ocio, los mensajes de la campaña podrán verse directamente en estas pantallas en más de 200 locales de Madrid potenciando la visibilidad de sus mensajes.

Gabinete de prensa Plataforma por el Ocio:
Jesús Martínez – T. 667456989 -- jmartinez@comunicacionestrategica.es

