

L'importanza di comunicare il consumo responsabile

scritto da Redazione Wine Meridian | 2 Febbraio 2023



Si è svolta oggi a Roma, presso il **centro congressi La Sapienza**, la cerimonia di premiazione del progetto “**No Binge – Comunicare il consumo responsabile**”, al termine di un ciclo di lezioni che ha visto gli studenti della laurea magistrale in **Organizzazione e Marketing**, coinvolti in un contest per sviluppare messaggi sulla prevenzione dell’abuso di alcol tra i giovani.

Agli studenti è stato affidato il compito di ideare campagne di comunicazione finalizzate a contrastare **il consumo scorretto di alcol tra i giovani e prevenire fenomeni come quello del binge drinking (elevato consumo di alcol in un ridotto arco di tempo)**. Gli studenti hanno accolto con entusiasmo la sfida e presentato numerosi progetti di elevata serietà, sensibilità e creatività, dimostrando un approccio consapevole alla tematica. L’originalità dei claim, le proposte social, **il coinvolgimento di influencer e i messaggi**

proposti, hanno evidenziato il valore della collaborazione tra imprese, università e studenti nell'affrontare un tema di rilevanza economica, sociale e culturale.

Gli studenti del corso Marketing Planning del secondo anno magistrale, suddivisi in team, hanno presentato 58 progetti, raccogliendo la sfida analitico-creativa del brief. La Commissione di Valutazione -composta da **Barbara Herlitzka**, Presidente Comitato Esecutivo C.A.S.A. (Centro di Studio e di intervento per gli aspetti sociali del consumo delle bevande acoliche) di Federvini, **Vittorio Cino** Direttore generale di Federvini, da **Cecilia Grieco** e **Alberto Mattiacci** docenti del corso, **Alberto Marinelli**, Direttore Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale Università La Sapienza, **Rodolfo Maralli**, Presidente e Direttore Sales & Marketing Worldwide di Banfi- ha valutato i progetti e definito una classifica.

A vincere la prima edizione del progetto “No Binge- Comunicare il consumo responsabile” è stata la squadra “Draw the insight”, composta da **Anna Fornaro, Angela Gorgoglione e Giulia Zeoli**.

Premiati anche i migliori 20, mentre alle prime 5 squadre verranno offerti premi speciali, **consistenti in visite aziendali, esperienze di degustazione ed altro**.

L'iniziativa ha visto, tra gli altri, la partecipazione dell'associazione europea spiritsEUROPE che rappresenta l'industria europea delle bevande spiritose, della **Febe (Federación Española de Espirituosos – Espirituosos España)** e di **Anebe (Associação Nacional de Empresas de Bebidas Espirituosas Portogallo)** che condividono con Federvini l'impegno a diffondere il consumo responsabile al fine di sviluppare una campagna paneuropea che possa coinvolgere diversi Stati Membri.

In Italia il consumo di vini e spiriti si contraddistingue per

un approccio responsabile, in accompagnamento ad uno stile di vita equilibrato. Anche per quanto riguarda la frequenza con cui si beve, l'Eurostat rivelava come nel 2021, nella classifica sul consumo episodico scorretto di alcol l'Italia è ultima insieme a Cipro al 4%, ben lontana dalla media Ue del 19%. Questo ribadisce come i paesi di cultura mediterranea associno un consumo equilibrato di bevande alcoliche a situazioni di convivialità e in prossimità dei pasti.

Federvini ritiene che **l'educazione del consumatore rappresenti il miglior strumento per la lotta all'abuso**, laddove al contrario, strumenti come proibizionismo e demonizzazione si sono dimostrati inefficaci.

Federvini ha anche lanciato, da ottobre scorso, il sito sul consumo responsabile: [**https://consumoresponsabile.federvini.it/**](https://consumoresponsabile.federvini.it/), ribadendo il divieto di consumo per alcune particolari categorie di persone come minori, conducenti e donne in stato di gravidanza.

Barbara Herlitzka Presidente del Comitato CASA commenta: “Voglio ringraziare l’Università Sapienza di Roma per il contributo a questa iniziativa e tutti gli studenti che vi hanno partecipato. La prevenzione dall’abuso di bevande alcoliche è un tema centrale per Federvini: crediamo che tale iniziativa aiuti il dialogo tra il mondo delle imprese, le università e i giovani. I progetti degli studenti hanno evidenziato sensibilità, creatività e qualità straordinarie nel trattare una questione di grande rilevanza sociale, culturale e produttiva. Ci piacerebbe replicare questo esperimento virtuoso anche presso altre realtà accademiche italiane, per proseguire quella che riteniamo essere l’unica soluzione possibile alla lotta all’abuso di alcol: l’educazione.”

Alberto Mattiacci, Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese in Sapienza e titolare del corso Marketing Planning, che ha promosso il contest: “abbiamo volentieri raccolto

l'idea di Federvini di coinvolgere le studentesse e gli studenti Sapienza in una sfida che richiede di applicare la potenza concettuale e strumentale del marketing a temi socialmente utili e rilevanti. Quando lanciammo il progetto, a fine estate 2022, non immaginavamo che la sua conclusione avrebbe coinciso con un momento di grande attenzione anche mediatica sul tema dell'educazione al consumo di alcolici. **Sembra evidente che l'alternativa a un approccio paternalistico o, peggio ancora, proibizionista al consumo, non possa che essere la crescita di conoscenza e consapevolezza delle persone, giovani in particolare.** Ci fa piacere aver aperto questa via in Italia e speriamo, fin dal prossimo anno accademico, di riuscire a coinvolgere altri Atenei in questo esercizio civile".

Rodolfo Maralli, Presidente e Direttore Sales & Marketing Worldwide di Banfi, nella sua veste di docente a contratto presso la cattedra di Marketing Planning, nel modulo all'interno del quale il progetto è inserito, dichiara: "Mai come in questi giorni, il tema del consumo consapevole dell'alcol, specie tra i giovani, è stato così attuale, così dibattuto e così divisivo. Il progetto Sapienza-Federvini si è quindi mosso nella direzione giusta; prevenire, informare, educare, soprattutto le nuove generazioni, nel solco della scienza, ma anche della cultura e del buon senso, senza fare terrorismo mediatico e qualunque da bar. **L'Italia è un paese virtuoso, con un consumo quasi sempre responsabile e consapevole**, un primato che va, quindi, difeso e rafforzato, usando l'università come il mezzo più autorevole per educare e fare cultura del made in Italy".