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 entusiamo 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 del'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/**, 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 promnosso 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 qualunquismo 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”.