Federvini e gli Atenei italiani insieme per la cultura del bere responsabile

scritto da Redazione Wine Meridian | 16 Ottobre 2023



Federvini rafforza il proprio impegno per l'informazione e la sensibilizzazione al consumo moderato di bevande alcoliche grazie al coinvolgimento di due nuovi Atenei, l'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli e l'Università degli Studi di Verona, nel progetto "No Binge – Comunicare il consumo responsabile".

La seconda edizione del progetto, dopo aver lanciato lo scorso settembre la campagna di comunicazione "Te la bevi? Non bertela troppo" **in collaborazione con il Comune di Roma e l'Università La Sapienza, Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale, vedrà anche quest'anno protagonisti gli studenti universitari chiamati a ideare una proposta di comunicazione**

sul consumo responsabile, negli Atenei di Capua e Verona.

“Veder crescere questo progetto di impegno sociale è motivo di profonda soddisfazione per Federvini. Un’idea nata lo scorso anno anche grazie alla disponibilità del **Prof. Mattiacci dell’Università Sapienza si evolve oggi a livello nazionale con l’ingresso di due nuove importanti istituzioni accademiche del nostro Paese.** Mantenere alta e vigile la soglia d’attenzione sul consumo responsabile di bevande alcoliche attraverso iniziative come questa è la strada maestra per combattere gli abusi. Farlo con la collaborazione di studenti universitari che si fanno ambasciatori di un approccio corretto al tema è una scelta che ha sinora premiato i nostri sforzi e che auspichiamo possa trovare continuità e ulteriore sviluppo negli anni a venire” ha commentato Barbara Herlitzka, Presidente del Comitato CASA di Federvini e coordinatrice del progetto “No Binge. Comunicare il consumo responsabile”.

“Siamo soddisfatti di lanciare oggi la seconda edizione del progetto ‘No Binge’ in collaborazione con il Dipartimento Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza e Federvini. Una sinergia tra il mondo accademico e quello aziendale, che diventa sempre più stretta e promettente. Siamo entusiasti di far parte di questa iniziativa per il secondo anno consecutivo e di contribuire alla diffusione di un messaggio così cruciale tra i nostri studenti. Il nostro impegno per promuovere la formazione, la consapevolezza e il coinvolgimento attivo nella società è convinto, certi come siamo che sia un passo deciso verso un futuro più sostenibile e responsabile” dichiara **Alberto Mattiacci, Ordinario di Economia e Gestione delle Imprese presso l’Università Sapienza di Roma, titolare del corso Marketing Planning all’interno del quale il progetto è inserito. “Voglio ringraziare Federvini e il collega Rodolfo Maralli, Presidente Banfi e docente a contratto in Sapienza,** che ha dedicato parte del proprio impegno didattico all’esecuzione di questo importante progetto”.

“Il lancio della seconda edizione del progetto “No Binge-

Comunicare il consumo responsabile” non poteva nascere sotto auspici migliori, grazie alla contemporanea adesione di altri due importanti atenei italiani, e con il “claim” vincitore della prima edizione, **‘Te la Bevi? Non bertela troppo’, diventato, proprio in queste settimane, il cuore dell’importante campagna di comunicazione e sensibilizzazione promossa dal Comune di Roma.** Rinnovare questa esperienza, ritornare in aula con gli studenti, stimolandone creatività e consapevolezza, significa anche ribadire quel ruolo di modello e di guida al consumo responsabile, che il nostro paese ha da sempre ricoperto. Un ruolo che è figlio del nostro modello alimentare, delle nostre sane tradizioni e del concetto, a me particolarmente caro, che maggiore è la cultura e la conoscenza delle bevande alcoliche, migliore, più autentico e più responsabile ne sarà il consumo” conclude Rodolfo Maralli, Presidente e Direttore Sales & Marketing Worldwide di Banfi, nella sua veste di docente a contratto presso la cattedra di Marketing Planning.

L’iniziativa ideata e promossa dall’associazione di categoria che rappresenta i produttori, esportatori ed importatori italiani di vino, bevande spiritose e aceti, **è stata avviata lo scorso anno al fine di promuovere una cultura del bere responsabile e moderato, attraverso la partecipazione attiva degli studenti universitari.** Alla prima edizione hanno partecipato gli allievi del Corso di laurea magistrale in Organizzazione e Marketing per la comunicazione d’impresa dell’Università Sapienza di Roma.

Un obiettivo stimolante che gli studenti romani hanno preso a cuore mettendo a frutto competenze tecniche, proattività e inventiva. **Qualità che hanno portato alla presentazione nella fase finale dell’iniziativa di 58 progetti,** tra i quali, il primo classificato, ha poi animato il soggetto della campagna pubblicitaria diffusa sul territorio di Roma grazie al supporto dell’amministrazione comunale.