

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.