Wine in Moderation Day, gli studenti IED lanciano la campagna “Fai durare il momento!”

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Novembre 2026



Presentata a Roma la campagna “Fai durare il momento! Il vino migliore è quello che ricorderai!”, ideata dagli studenti IED di Cagliari per la quarta edizione del Wine in Moderation Day. Consorzio Prosecco DOC, Federvini e UIV promuovono un consumo consapevole, con attenzione ai giovani adulti, e un messaggio adattato in sei Paesi.

Promuovere la **cultura del consumo responsabile** dei vini, fondata sulla consapevolezza e sul valore dei momenti di convivialità: è questo l’impegno al centro del **Wine in Moderation Day**, l’appuntamento internazionale promosso da **Wine**

in Moderation, giunto quest'anno alla sua quarta edizione. Un'iniziativa che coinvolge ogni anno membri, partner e sostenitori in diversi Paesi, e si sviluppa attraverso iniziative di comunicazione e sensibilizzazione, attività formative, degustazioni e incontri dedicati alla cultura del vino, con particolare attenzione ai giovani adulti e in particolare agli studenti universitari.

In Italia, **Consorzio di Tutela Prosecco DOC, Federvini** e **Unione Italiana Vini (UIV),** coordinatori nazionali del programma, rinnovano il proprio impegno nella promozione di comportamenti consapevoli, valorizzando il legame tra consumo responsabile, socialità e qualità dell'esperienza. In questo contesto si inserisce la presentazione, avvenuta oggi a Roma presso la sede dell'Associazione Stampa Estera, della nuova **campagna di comunicazione "Fai durare il momento! Il vino migliore è quello che ricorderai!"**, ideata dagli studenti dell'Istituto Europeo di Design (IED) di Cagliari. La creatività traduce in immagini un messaggio semplice: il valore di un momento non si misura in ciò che si consuma, ma in ciò che resta nella memoria. Il claim, tradotto per la diffusione in Italia, invita a vivere le occasioni di condivisione con consapevolezza, perché siano le persone, le emozioni e i ricordi a lasciare il segno.

Giancarlo Guidolin, Presidente del Consorzio di Tutela della DOC Prosecco commenta**:** «*il vino è parte della convivialità che caratterizza il nostro Paese. Per questo, è importante incentivare un approccio al suo consumo basato sulla consapevolezza. Il Prosecco DOC accompagna tanti momenti di condivisione, il cui valore sta soprattutto nelle persone, nelle emozioni e nelle esperienze vissute insieme. Come Consorzio, ci impegniamo a promuovere una cultura della moderazione, che metta al centro il rispetto per sé e per gli altri. È una responsabilità che riguarda tutta la filiera e che dobbiamo assumerci con un'attenzione particolare alle nuove generazioni e al futuro del nostro sistema produttivo.*»

«*La cultura del vino si esprime anche nella capacità di apprezzarlo con consapevolezza, riconoscendo il valore del momento, della compagnia e del contesto in cui viene condiviso. Promuovere il consumo responsabile significa diffondere una cultura dell'equilibrio che mette al centro la qualità dell'esperienza. Anche quest'anno aderiamo in pieno alla causa di WiM, che si fa promotore di un messaggio semplice e positivo, rivolto soprattutto alle nuove generazioni: un invito a vivere le occasioni di convivialità con consapevolezza, perché siano proprio le persone, le emozioni e i momenti condivisi a lasciare il segno. È con questo spirito che Federvini promuove iniziative che coinvolgono direttamente i giovani universitari, valorizzandone la creatività e i linguaggi per diffondere, attraverso il dialogo tra pari, una cultura del consumo responsabile basata sulla consapevolezza e non sulle imposizioni.*» dichiara **Chiara Soldati**, Presidente del Comitato Aspetti Sociali Alcol (CASA) di Federvini.

Roberto Sarti del Gruppo Caviro e Chair del Tavolo Vino&Salute di UIV sottolinea che «*promuovere una cultura del consumo consapevole significa investire nell'informazione, nella responsabilità e nella capacità di fare scelte equilibrate. In questo percorso, Unione Italiana Vini svolge un ruolo importante come coordinatore nazionale del programma WiM, favorendo il coinvolgimento e l'impegno concreto delle imprese. L'esperienza di Caviro, azienda ambasciatrice del programma, rappresenta un esempio significativo di questo impegno*».

La campagna digitale si sviluppa attraverso immagini ambientate in diverse occasioni di consumo, dal pranzo in terrazza alla cena con amici, fino a un informale picnic. Le scene sono rappresentate con nitidezza, mentre una fotografia istantanea in primo piano, che riproduce lo stesso momento, rimane sfocata e incompleta. Un espediente visivo che richiama l'importanza della moderazione per vivere pienamente

un’occasione conviviale e conservarne il ricordo. “**Let the moment last”** sarà diffusa in tutto il mondo, ed è stata adattata per l’Italia, la Spagna, il Portogallo, la Repubblica Ceca, l’Ungheria e la Germania. Un’iniziativa che amplierà la portata del messaggio accompagnando l’impegno condiviso dei coordinatori nella promozione della cultura del consumo responsabile.

«*Per la quarta edizione della Giornata internazionale di Wine in Moderation abbiamo voluto dare voce alle nuove generazioni, coinvolgendo due giovani professionisti della comunicazione per raccontare cosa significhi per loro il consumo moderato. Il loro messaggio ci ricorda che il consumo eccessivo può compromettere non solo i momenti che viviamo, ma anche il ricordo che ne conserveremo. Un messaggio che parla a tutte le generazioni e che riflette la nostra missione: promuovere scelte responsabili, ogni giorno dell’anno. Questa giornata ci offre l’opportunità di condividere questo impegno a livello internazionale e ricordare che il vino migliore è quello che puoi ancora ricordare il giorno dopo»* dichiara **Sandro Sartor**, Presidente di Wine in Moderation**.**

Punti chiave

1. **Quarta edizione** del Wine in Moderation Day: l’appuntamento internazionale coinvolge membri, partner e sostenitori in diversi Paesi.
2. **Nuova campagna** “Fai durare il momento!”, ideata dagli studenti IED di Cagliari, presentata a Roma presso l’Associazione Stampa Estera.
3. **Il valore di un momento** si misura nei ricordi, come mostra la foto istantanea sfocata in primo piano.
4. **Coordinatori italiani** del programma: Consorzio di Tutela Prosecco DOC, Federvini e Unione Italiana Vini.

5. **Sei Paesi** ricevono la campagna adattata: Italia, Spagna, Portogallo, Repubblica Ceca, Ungheria e Germania.