



Consumi, Bacchiega (Esselunga): "Promozione stili di vita sani" parte nostro piano di sostenibilità

## Descrizione

(Adnkronos) È un'iniziativa per noi fondamentale, che si inserisce nel nostro piano di sostenibilità, che ha tra gli obiettivi la promozione di stili di vita sani e corretti attraverso progetti di comunicazione insieme ai nostri fornitori e a esperti di settore. In questo percorso abbiamo trovato in Diageo un partner fortemente allineato, che ha evidenziato l'importanza e la rilevanza sociale di questo tipo di iniziative. L'obiettivo è infatti quello di parlare in maniera chiara ai nostri consumatori, trasferendo l'importanza di essere informati e di adottare scelte e comportamenti consapevoli e responsabili rispetto al consumo di alcol. È quanto affermato da Laura Bacchiega, responsabile Sviluppo e Coordinamento Progetti Commerciali di Esselunga, in occasione del lancio della campagna "Se scegli di bere, bevi responsabilmente" oggi a Roma, promossa da Diageo ed Esselunga. Il via alla campagna si inserisce nell'ambito della presentazione della Giornata del Consumo consapevole di qualità, un'iniziativa istituzionale che mira a promuovere una cultura del consumo consapevole, informato e positivo, oggetto di una proposta di legge presentata alla Camera dei Deputati su proposta di Alberto Luigi Gusmeroli.

La campagna partirà il 27 aprile e sarà attiva nei nostri negozi fino al 30 giugno, coinvolgendo tutti i punti vendita della catena e i bar Atlantic. Saranno presenti materiali informativi con messaggi chiari, lineari e immediati legati al concetto del bere responsabilmente. Vogliamo infatti trasmettere un messaggio fondamentale: quantità diverse di vino, birra e superalcolici possono contenere la stessa quantità di alcol. Per questo informeremo i nostri consumatori attraverso materiali sugli scaffali dedicati, mentre contenuti analoghi saranno trasmessi anche sugli schermi dei bar Atlantic. A ciò si affiancherà una campagna digital sui canali social di Esselunga, ha aggiunto.

Infine, il 10 giugno è previsto un momento dedicato: in una selezione di punti vendita, ciascuno rappresentativo delle sette regioni in cui siamo presenti, saranno attivate iniziative con personale formato di DrinkIQ, che presenterà ai clienti i contenuti della campagna e li inviterà a compilare un questionario anonimo, composto da dieci domande, pensato per aiutarli a comprendere le proprie abitudini di consumo, ha concluso.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

**Categoria**

1. Comunicati

**Tag**

1. Ultimora

**Data di creazione**

Aprile 23, 2026

**Autore**

redazione

*default watermark*