

Consumi, Bacchiega (Esselunga): â??Promozione stili di vita sani Ã¨ parte nostro piano di sostenibilitÃ â?•

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? â??Ã? unâ??iniziativa per noi fondamentale, che si inserisce nel nostro piano di sostenibilitÃ , 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 lâ??importanza e la rilevanza sociale di questo tipo di iniziative. Lâ??obiettivo Ã¨ infatti quello di parlare in maniera chiara ai nostri consumatori, trasferendo lâ??importanza di essere informati e di adottare scelte e comportamenti consapevoli e responsabili rispetto al consumo di alcolâ?•. Ã? quanto affermato da Laura Bacchiega, responsabile Sviluppo e Coordinamento Progetti Commerciali di Esselunga, in occasione del lancio della campagna â??Se scegli di bere, bevi responsabilmenteâ?• oggi a Roma, promossa da Diageo ed Esselunga. Il via alla campagna si inserisce nellâ??ambito della presentazione della Giornata del Consumo consapevole di qualitÃ , unâ??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.

â??La campagna partirÃ il 27 aprile e sarÃ 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: quantitÃ diverse di vino, birra e superalcolici possono contenere la stessa quantitÃ 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 ciÃ² si affiancherÃ una campagna digital sui canali social di Esselungaâ?•, ha aggiunto.

â??Infine, il 10 giugno Ã¨ 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 presenterÃ ai clienti i contenuti della campagna e li inviterÃ a compilare un questionario anonimo, composto da dieci domande, pensato per aiutarli a comprendere le proprie abitudini di consumoâ?•, ha concluso.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Aprile 23, 2026
Autore
redazione

default watermark