ABInBev sostiene il consumo responsabile delle bevande alcoliche

global-beer-responsible-day-dieci-idee-per-bere-birra-1-73bf8aaa

ABInBev, leader mondiale nella produzione di birra, ha realizzato le “Dieci idee per un bere rispettoso e consapevole”, brevi consigli per capire come avvicinarsi alle bevande alcoliche in modo responsabile sulla base di due principi fondanti: rispetto e consapevolezza. Sviluppati in collaborazione con Claudio Cippitelli, sociologo esperto di consumi, fenomeni e culture giovanili, i dieci consigli si svolgono lungo un percorso che privilegia e vuole fare emergere la presa di coscienza e lo sviluppo dell’autoconsapevolezza come strumenti guida.

Il valore del rispetto permea interamente la prima parte di questo percorso e pone l’accento, in primis, nei confronti di un prodotto come la birra, meritevole di rispetto per la storia antichissima che la caratterizza e per le mutazioni che ha saputo affrontare nei secoli, adattandosi ed esaltando le proprie peculiarità verso standard di qualità elevati. Il rispetto è altresì indirizzato verso ogni tipo di relazione interpersonale che ognuno di noi intrattiene con le persone vicine: gruppi di amici, famiglia, compagno/a ecc., per arrivare infine al contesto in cui viviamo e al mondo intorno a noi.



La seconda parte del vademecum dei consigli per bere bene, riguarda la consapevolezza. Un invito a un consumo responsabile di birra, esplicitato in una serie di annotazioni oggettive e concrete, basate su dati ed esperienze semplici: il senso della quantità, la scelta del momento adatto, l’insostituibilità della relazione umana nei momenti di difficoltà o della cura del sentimento verso gli altri, per chiudere con la rilevanza calorica e l’importanza del connubio birra/cibo.

Le “Dieci Idee per Bere Birra” scaturiscono da una ricerca realizzatas u un panel di 394 rispondenti con un’età media di 28 anni e ha evidenziato come, la grande maggioranza degli intervistati (77%) si ritiene molto o abbastanza informato sul tema dei consumi eccessivi, ma viceversa appare molto poco o per nulla informato e in possesso del corredo di informazioni utili e sufficienti per praticare un consumo responsabile (46,3%).

Inoltre, per un approccio il più possibile completo allo smart drinking e per rivolgersi a ogni soggetto potenzialmente coinvolto, AB InBev ha sviluppato e approfondito le dieci idee in tre versioni differenti, pensando cioè a interlocutori con necessità e approcci radicalmente diversi. La comunicazione sul consumo responsabile si rivolge quindi in prima istanza ai giovani, ma non dimentica gli altri attori coinvolti e coinvolgibili nello scenario della promozione del consumo responsabile. Gli stessi messaggi vengono infatti riformulati come indicazioni utili per genitori e insegnanti, facendo così emergere bene le naturali, ma spesso non così esplicite, differenze nel punto d’osservazione e nelle argomentazioni. Un approccio omnicomprensivo in linea anche con il programma di realizzare nei prossimi mesi un intervento pilota in alcune scuole superiori. Si tratta del primo passo di un progetto che vuole aumentare la consapevolezza dei consumatori, soprattutto nella fascia dei neomaggiorenni, una delle più sensibili al tema.

“L’orientamento alle azioni concrete sulle comunità in cui l’azienda opera è l’approccio che AB InBev ha deciso di adottare nel momento in cui resi pubblici i suoi obiettivi globali di smartdrinking, che ci siamo impegnati a raggiungere entro il 2025”, ha commentato **Massimiliano Colognesi**, Corporate Affairs Manager di ABInBev. –*“Vogliamo che le esperienze dei consumatori legate alla birra siano sempre positive, libere da impatti negativi. D’altra parte la birra è stata da sempre una bevanda che ha dimostrato una incredibile capacità di tenere insieme le persone. Noi desideriamo che questo stare insieme sia sicuro, sano, felice e vogliamo fortemente svolgere un ruolo proattivo nel promuovere le pratiche di smartdrinking”.*

www.ab-inbev.com