Ichnusa lancia il progetto Vuoto A Buon Rendere

2018-06-12-ichnusa9706-1-8ae01fb1

“Vuoto a buon rendere” è il nome del progetto con cui Ichnusa, storico marchio di birra sardo, rilancia il formato del vuoto a rendere sull’isola. Grazie a una nuova veste grafica, a una campagna di comunicazione su stampa e digital, e nuovi investimenti a potenziamento della capacità di confezionamento dello storico birrificio di Assemini, il marchio lancia un messaggio chiaro: il vuoto a rendere è il formato su cui investire.

In passato era consuetudine. Quella del vuoto a rendere è infatti una pratica antica, una vecchia usanza che consisteva nel lasciare un deposito di poche lire al negoziante e di riottenere la “cauzione” alla riconsegna delle bottiglie di vetro, una volta utilizzate. Che contenessero latte, birra, acqua o vino poco importava; la procedura era la stessa per qualsiasi prodotto.

A partire dagli anni ‘60 però, questa pratica virtuosa è andata a perdersi in Italia, dove le bottiglie riutilizzabili sono andate via via sostituite dal cosiddetto “vuoto a perdere”, ovvero usa-e-getta. In Sardegna, il vuoto a rendere tutt’oggi resiste e può quasi essere definita una tradizione locale: sull’isola rappresenta infatti una pratica consolidata e virtuosa, sopravvissuta nel tempo a mode e cambiamenti culturali, ma che è oggi messa a rischio da nuove abitudini di consumo.

Certo, anche in Sardegna il vuoto a rendere negli anni ha mutato forma. È diventata esclusiva del canale Ho.Re.Ca., ossia di bar e ristoranti, e la “cauzione” sul contenitore è divenuta onere del distributore di bevande, e non del consumatore finale. Nell’isola, ad esempio, ancora oggi gran parte delle acque minerali locali destinate alla ristorazione vengono commercializzate proprio col vuoto a rendere.

Una pratica che anche Ichnusa, la Birra di Sardegna, da sempre adopera. In questo modo, le bottiglie vengono riutilizzate anche per vent’anni; sono bottiglie che portano un peso speciale, quello del tempo che scorre. Le si riconosce dai segni che, orgogliosi come rughe su un volto, ne incorniciano il vetro e

ne scandiscono il passare degli anni. Sono bottiglie che hanno una storia. Da oggi, con Ichnusa, queste bottiglie ci parlano e mandano un messaggio importante: quello del rispetto verso l'ambiente.



"RIUSO, RISPETTO, IMPEGNO": IL MESSAGGIO IN BOTTIGLIA

Il vuoto a rendere, da oggi, si chiama a vuoto a buon rendere. Ichnusa lo scrive su tappo ed etichetta: è un messaggio chiaro ed esplicito, che stringe in un abbraccio l'impronta della Sardegna. Il tappo, che da rosso diventa verde, ha l'obiettivo di focalizzare l'attenzione del consumatore sul formato più sostenibile attualmente sul mercato.

In etichetta la dichiarazione del marchio, che sottolinea la volontà di investire sul formato: "vuoto a buon rendere, il nostro impegno per la Sardegna". Come attesta la CF 27/18 di Certiquality, col vuoto a buon rendere di Ichnusa si riducono di oltre 1/3 le emissioni di gas a effetto serra, e si ottiene una sostanziale riduzione di consumo energetico. I benefici ambientali connessi al "riuso" delle bottiglie in vetro sono pertanto molteplici, e cominciano da quelli legati alla produzione e al trasporto di vetro: il vuoto a rendere riduce il numero di bottiglie di vetro da portare in Sardegna, smaltire, differenziare e riportare sulla penisola. Senza dimenticare i benefici più tangibili ed evidenti per la comunità: ogni bottiglia restituita, è una bottiglia che non viene lasciata per strada, in spiaggia, in un parco. Perché in fondo, come cita il claim stesso dell'etichetta, "ogni bottiglia restituita è il primo gesto di rispetto per la nostra isola". Riuso, impegno e rispetto. Sono queste le tre parole chiave riportate anche nel collarino. Tre parole che simboleggiano il circolo virtuoso che il vuoto a buon rendere rappresenta.

"Attraverso la nuova etichetta vogliamo trasmettere con chiarezza e semplicità il nostro messaggio - conclude **Alfredo Pratolongo**, Direttore Comunicazione e Affari Istituzionali di HEINEKEN Italia - *e parlare in modo diretto ai consumatori, chiedendo loro di sostenere attivamente la pratica del vuoto a rendere come gesto d'amore per la Sardegna. Solo con la collaborazione di tutti è possibile innescare un circolo virtuoso che salvaguardi il territorio".*

Per amplificare il messaggio, il progetto sarà sostenuto da una campagna di comunicazione dedicata, con un piano stampa sui media locali e digital. L'obiettivo della campagna è raccontare, attraverso il progetto Ichnusa per la Sardegna, la bottiglia vuoto a rendere. Una bottiglia strumento e messaggio d'amore per la propria terra.Perché è con la Sardegna che da sempre Ichnusa si identifica ed è alla

Sardegna che da sempre si dedica. Un gesto semplice, come il riuso di una bottiglia, diventa un segno tangibile di rispetto per l'isola e dell'impegno che Ichnusa riserva alla salvaguardia della sua terra.

IL SOSTEGNO DELL'ISOLA: 9 SARDI SU 10 APPREZZANO L'INIZIATIVA DI ICHNUSA



I sardi promuovono l'impegno di Ichnusa. Secondo una ricerca DOXA, realizzata su un panel di 400 persone rappresentativo della popolazione dell'isola, il 65% dei sardi sa che il vuoto a rendere è una pratica virtuosa tipica della regione. Il 98% giudica in maniera positiva l'iniziativa che Ichnusa sta per prendere nel rilanciare questa pratica; e il 93,5% pensa di supportare fattivamente la campagna cercando e chiedendo, al bar o al ristorante, proprio l'Ichnusa tappo verde, perché ritiene giusto preservare l'ambiente e le bellezze della Sardegna.

ICHNUSA PER LA SARDEGNA: L'ACCORDO CON IL PARCO NAZIONALE DELL'ASINARA

Se il vuoto a rendere è per Ichnusa il primo gesto di rispetto per la Sardegna, l'azienda ha deciso di fare qualcosa di più per salvaguardare le bellezze dell'isola, dando vita al progetto "Ichnusa per la Sardegna". Il viaggio della Birra di Sardegna comincia dall'Asinara, un piccolo angolo incontaminato di paradiso terrestre. Parco Nazionale apprezzato in tutta Europa, è una piccola isola a nord della Sardegna dall'anima fiera e ruvida, come Ichnusa. Nei prossimi mesi, di concerto con i tecnici dell'Ente Parco Nazionale dell'Asinara, verrà strutturato un piano di interventi con l'obiettivo di promuovere e preservare il delicato ecosistema dell'isola.

LA BIRRA CHE UNISCE: IL VUOTO A RENDERE COME MODALITA' DI CONSUMO

Ichnusa è una birra che le mode non hanno contaminato negli anni e che rivendica orgogliosamente le proprie origini. La scelta di investire su un formato come quello del vuoto a rendere punta, non solo a preservare e rilanciare il formato più sostenibile, ma anche a celebrare uno dei valori intrinsechi della birra: la condivisione.

Il vuoto a rendere è infatti legato a una particolare modalità di consumo, tipica della Sardegna. Il suo formato più rappresentativo è la bottiglia da 66cl, sinonimo di condivisione e convivialità. Le serate tra amici e quelle in famiglia. Occasioni speciali e quotidianità. La bottiglia da 66cl, creata e pensata appositamente per la condivisione, accompagna i momenti di unione di un popolo che, come quello sardo, con la birra ha un rapporto speciale.

“In Sardegna condividere una Ichnusa da 66cl è un rito che racconta tutto il piacere dello stare insieme - continua Pratolongo – *Attraverso il rilancio del vuoto a rendere, che ha nel 66cl il suo formato più rappresentativo, vogliamo celebrare anche questa precisa modalità di consumo, che incoraggia la condivisione: la birra come bevanda aggregante e momento partecipazione sociale. È da sempre un’abitudine diffusa sull’isola quella di offrire, a turno, un giro di birra stappando una Ichnusa da 0,66 cl e condividendola con gli amici. È questa modalità di consumo che vogliamo sostenere, per preservare i valori che la birra rappresenta in Sardegna, dove, da sempre, è un fortissimo legame tra le persone”.*

GLI INVESTIMENTI: UNA NUOVA LINEA DI CONFEZIONAMENTO E NUOVE ASSUNZIONI

A dimostrazione dell’impegno che Ichnusa prende nel rilancio del vuoto a rendere, l’azienda investe sul birrificio di Assemini dove, da oltre 50 anni, viene interamente prodotta la Birra di Sardegna. Sono già iniziati i lavori e, con l’inizio del 2019, verrà inaugurata una linea di confezionamento dedicata al formato del vuoto a rendere. *“Questo importante investimento sulla nuova linea rappresenta per il Birrificio di Assemini non solo un’ulteriore tappa nel percorso di crescita intrapreso, ma anche un’opportunità* – spiega **Matteo Borocci**, Direttore del Birrificio di Assemini–*Il reparto del confezionamento rappresenta, nel nostro birrificio, il reparto con il più alto numero di operatori. L’investimento con la nuova linea per rilanciare il vuoto a rendere favorirà nuove assunzioni, registrando un incremento tra il 10 e 15% dell’intera forza lavoro del birrificio.”*

La nuova bottiglia continuerà a essere prodotta ne itre formati storici: lo 0,20, lo 0,33 e lo 0,66 cl. A renderla ancora più distintiva, il tappo verde con su scritto “Vuoto a buon rendere. Ichnusa per la Sardegna”. *“Il mercato oggi sta cambiando: se riusciamo a rilanciare il vuoto a rendere contribuiremo anche a salvaguardare questa meravigliosa isola che è la nostra casa. Credo sia questo il messaggio più importante da lanciare”*, conclude Borocci.