"Conoscere l'alcol 2017", bene la campagna per il bere responsabile

conoscere-lalcol-2017-7-359f435c

Bilancio finale importante per la quinta edizione di “**Conoscere l'alcol**”, la campagna sociale di sensibilizzazione sul consumo moderato, responsabile e consapevole delle bevande alcoliche, in linea con gli obiettivi del programma “**Guadagnare Salute**” finalizzato alla promozione di stili di vita salutari. La campagna è stata realizzata da primarie aziende di produzione e commercializzazione di spirits (**Diageo** e **Pernod Ricard Italia**), vino (**Ruffino** e **Cantine Leonardo da Vinci**) e birra (Diageo), col supporto di **Unione Italiana Vini**, sotto l’egida di Wine in Moderation e in collaborazione con Auchan, Simply e Gallerie Commerciali Italia.

Lo scopo ancora una volta era quello di rendere più informati i cittadini sul tema dell’alcol e sensibilizzare chi sceglie di bere su un consumo moderato, responsabile e consapevole di bevande alcoliche e sulla necessità di astenersi in particolari situazioni o fasi della vita. Tra giugno e settembre Conoscere l'alcol 2017 ha coinvolto, in tutta Italia, **220 punti vendita tra ipermercati Auchan e supermercati Simply** – diretti, affiliati e dei Master Cooperativa Etruria di Monteriggioni e 3A di Asti – mentre all’interno delle **12 Gallerie Auchan, IperSimply ed Etruria** si sono svolte complessivamente 24 giornate di sensibilizzazione con la presenza in loco di personale appositamente formato. Il risultato finale parla di circa 780.000 visitatori che hanno avuto la possibilità di prendere visione dei desk informativi allestiti nei due giorni in cui sono stati ospitati nelle 12 Gallerie Auchan e IperSimply, mentre sono 2.500 le persone che hanno preso parte al quiz multimediale, promosso attraverso video touch screen e tablet e finalizzato a consigliare un consumo moderato e responsabile e, insieme, ad evitare comportamenti pericolosi per propria salute e quella degli altri.

Durante i quattro mesi della campagna sono stati prelevati dai visitatori **250mila leaflet** nei punti vendita aderenti presso i quali erano presenti altri materiali informativi a scaffale (1.320) e carrelli personalizzati (1.200).