

IL LIMITE È IL VERO STILE



IL BINGE DRINKING NEL CONTESTO ITALIANO

Il consumo alcolico a rischio in Italia

Nel 2023 oltre 8 milioni di italiani presentano almeno un comportamento di consumo alcolico a rischio. Tra questi, il binge drinking coinvolge più di 4 milioni di persone

8,029 milioni

persone di 11 anni e più con almeno un comportamento di consumo alcolico a rischio

Fonte: ISTAT, dati 2023, pubblicazione 2024

Binge Drinking?

Consumo di 6 o più bicchieri di alcol in un'unica occasione

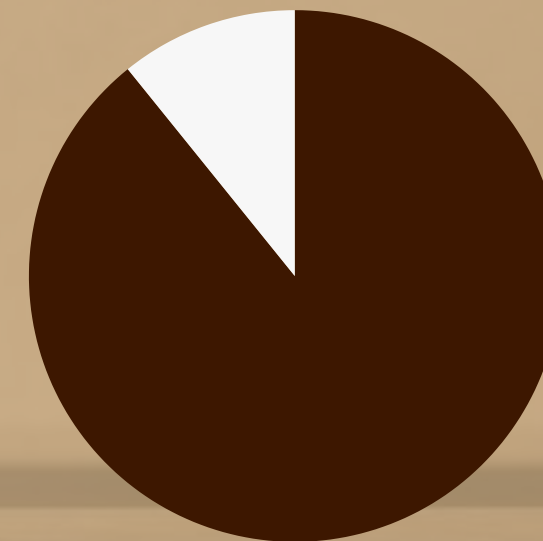
4,13 milioni

persone che hanno praticato binge drinking nel 2023

UOMINI

Binge Drinker

10.8%



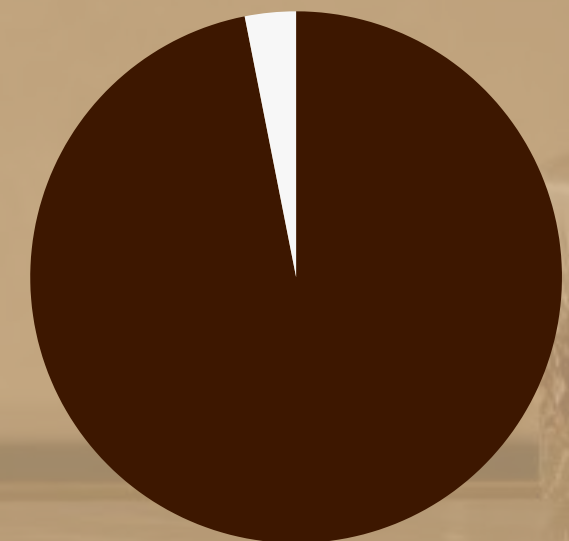
No Binge Drinker

89.2%

DONNE

Binge Drinker

3.1%



No Binge Drinker

96.9%

BINGE DRINKING TRA I GIOVANI 18-24: DATI E MOTIVAZIONI

590 mila
giovani binge drinker 18-24

Binge Drinking 18-24
per Genere



18-24 anni: il binge drinking nasce dentro la socialità



BUYER PERSONAS

AI DIGITAL TWINS



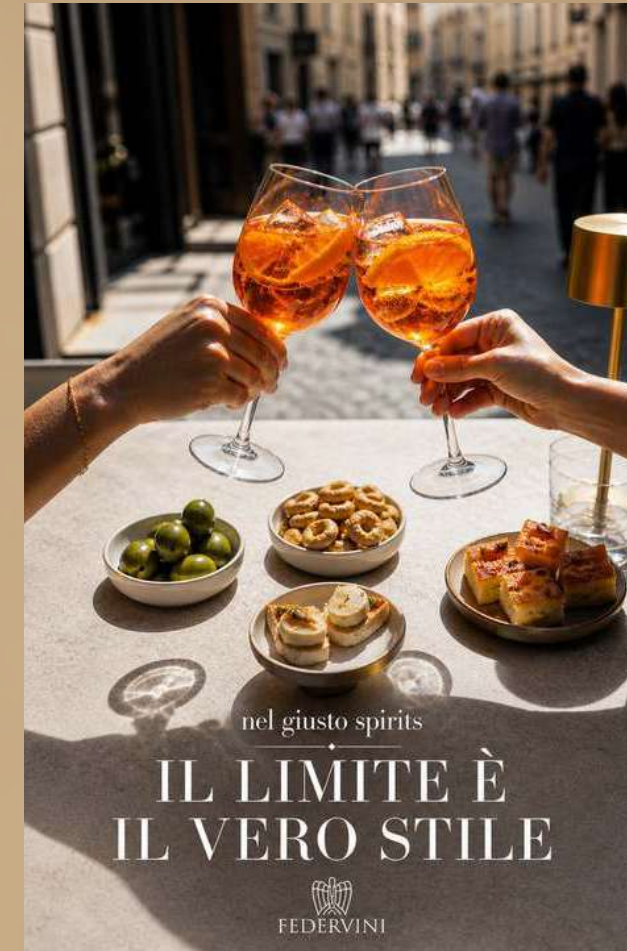
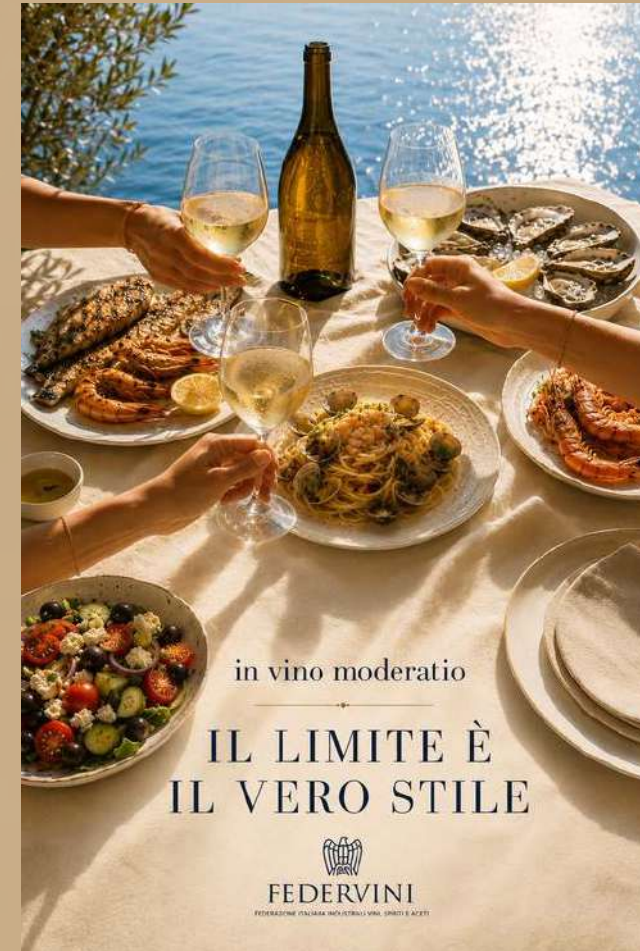
LUCA
The Social Drinker



GIULIA
The Aesthetic Aperitivo

Profilo	22 anni, studente universitario, Milano	24 anni, junior professional/studentessa, Roma
Contesto di consumo	Aperitivi, serate universitarie, eventi, weekend con amici	Wine bar, rooftop, brunch, aperitivi urbani, eventi lifestyle
Motivazione	Divertirsi, sentirsi parte del gruppo, apparire sicuro	Sentirsi sofisticata, vivere esperienze instagrammabili, distinguersi
Pain point	Pressione del gruppo, normalizzazione dell'eccesso, paura di sembrare noioso	Influenza dei social, ricerca di approvazione, associazione tra eccesso e divertimento
Insight	"La persona davvero sicura di sé non ha bisogno di eccedere"	"L'eleganza è sapersi controllare"
Canali	Instagram, TikTok, eventi universitari, nightlife districts	Instagram, creator lifestyle, digital OOH premium

CLAIM E CONCEPT VISIVI



Claim principale: "Il limite è il vero stile" – un messaggio evocativo che associa il limite nel consumo a un elemento ispirazionale e all'eleganza della **'dolce vita italiana'**

Sotto-claim: frasi complementari, adattate a specifici concept visivi per evocare l'italianità e un mood elegante e contemporaneo:

- **Nel giusto spirits**
- **In vino moderatio**

LA NOSTRA STRATEGIA: I PILASTRI

Educare, non spaventare



Promuovere il consumo moderato come alternativa valida all'eccesso, valorizzando l'esperienza piacevole



Omnicanalità organica



Adottare concept e claim coerenti in ogni touchpoint per massimizzare l'awareness e l'impatto della campagna



Localizzazione mirata



Presenza strategica nelle principali città universitarie: Milano, Roma, Torino, Padova e Bologna



“L'educazione ben riuscita è formazione al retto uso della libertà”

EVENTO

CHIOSCO - BAR MOBILE

Un bar mobile nei campus dove scopri,
giochi e condividi: un modo leggero e
cool per vivere il bere responsabile con
più stile e meno eccessi



DOVE:
ROMA E MILANO

QUANDO:
DURANTE GLI OPEN DAY
ORARIO: 17.00-19.30

MECCANICA
DELL'ATTIVAZIONE:



1. SCANSIONA IL
CODICE QR



2. RISPONDI AD UN
MINI QUIZ



3. RICEVI UN DRINK
OMAGGIO



4. CONDIVIDI LA TUA
ESPERIENZA

EVENTO

CHIOSCO-BAR MOBILE: COMUNICAZIONE

Una comunicazione fisica e immediata che accompagna gli studenti dalla scoperta del bar mobile



IL LIMITE È IL VERO STILE
nel giusto spiritz

STVDIVM VRBIS

FEDERVINI

FEDERVINI
IL LIMITE È IL VERO STILE
nel giusto spiritz

TI ASPETTIAMO DAVANTI ALLA SAPIENZA DI ROMA

SCOPRI IL BAR MOBILE FEDERVINI

UN INVITO ALLA CONVIVIALITÀ RESPONSABILE NEL MONDO SPIRITS

FEDERVINI
Spirits, stile e convivialità responsabile



FEDERVINI




COME VIENE COMUNICATO L'EVENTO
FLYER E CODICE QR
DUE TOUCHPOINT DI COMUNICAZIONE



FLYER DISTRIBUITO IN UNIVERSITÀ

Il flyer viene distribuito negli spazi universitari come invito fisico all'esperienza



QR CODE SUL CHIOSCO-BAR MOBILE

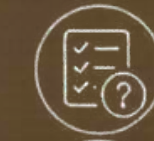
Scansiona il QR

Il QR code viene apposto sul bancone del chiosco-bar mobile e diventa il punto di accesso immediato all'attivazione

DAL TOUCHPOINT FISICO ALL'ESPERIENZA DIGITALE



1. Il touchpoint fisico attiva l'esperienza digitale: il mini quiz



2. Con il quiz si accede all'evento



3. Completando il quiz, si può ricevere un drink omaggio

“
Il limite è il vero stile.
nel giusto spiritz
”

EVENTO

EVENTO VINO CON MISURA

Un format pensato per portare il tema del bere consapevole in un contesto culturale e autorevole, unendo talk universitario e degustazione guidata

“
Un evento
che educa
attraverso
l'esperienza.
”



DOVE:
BOLOGNA E PADOVA

QUANDO:
PRIMO DI OTTOBRE 2027

STRUTTURA DELL'EVENTO:



1.
TALK UNIVERSITARIO



2.
INTERVENTO DI ESPERTI



3.
DEGUSTAZIONE GUIDATA



4.
NETWORKING FINALE



Vino con Misura



- Università di Bologna
- Ottobre 2025 – 1 giornata
- 300–500 studenti universitari
- Format TEDX + Degustazione guidata

INOLTRE, PARTECIPA E VINCI!
Partecipa al quiz finale e vinci esclusivi gadget Federvini.

PROGRAMMA DELLA GIORNATA

10:00	Apertura e accoglienza – Saluti istituzionali
10:30	Talk di apertura “Il limite è il vero stile” – Federvini
11:00	Senior Talk “Degustare con Consapevolezza”
11:30	Scansi/Sessione AIS “La Differenza tra Bere e Assaporare”
12:00	Assaporare”
12:30	Sessione Q&A aperta con il pubblico
13:15	Degustazione guidata con speaker sommelier
14:00	Animazione connettore – gadget Federvini
	Chiusura

- PARTNER DELL'EVENTO
- AIS SOMMELIER
 - UNIVERSITÀ DI BOLOGNA



EVENTO PRESSO "MISCUSI"

MILANO



TORINO



PADOVA



*Bere meglio
è vivere
meglio.*

STRUTTURA DELLA SERATA

18:00-19:30



L'APERITIVO DELLA BELLA VITA

- Welcome drink (Spritz, Prosecco)
- Piccoli assaggi all'italiana
- Curiosità da tavolo

*Un momento di
accoglienza*

19:30-22:30



LA CENA DEL PIACERE CONSAPEVOLE

- Pasta e sapori d'Italia da condividere
- Falsi miti sull'alcol raccontati con semplicità
- Piccole domande per giocare insieme
- Il drink della serata raccontato e assaporato

*Un momento per conoscere e
scegliere con consapevolezza*

22:30-00:00



IL FINALE CON STILE

- Musica e momenti da vivere insieme
- Il brindisi che conclude la serata con equilibrio
- Un piccolo ricordo della serata per continuare a scegliere con consapevolezza

*Un momento per concludere
con leggerezza*

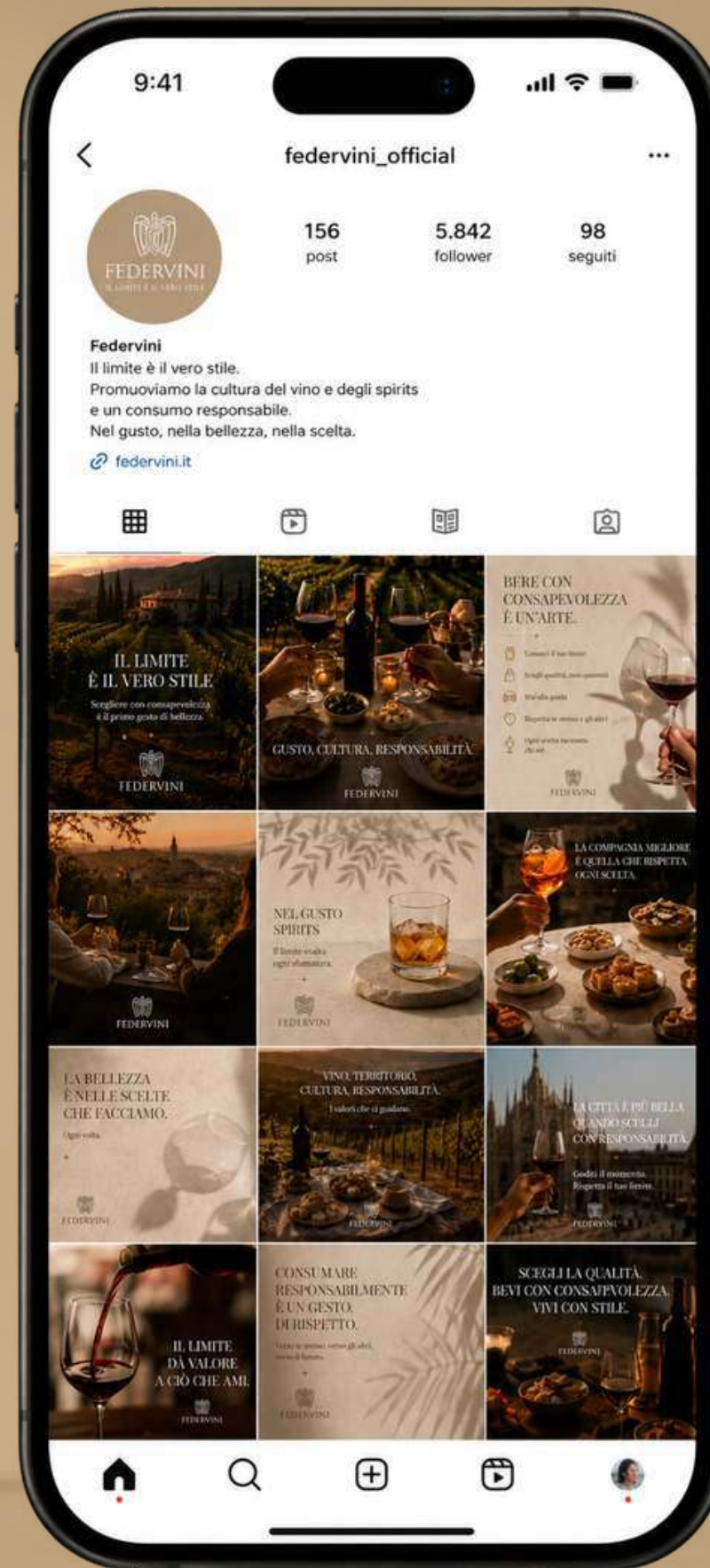
DIGITAL

PAGINA INSTAGRAM

Tante iniziative, un solo "luogo" per raccoglierle

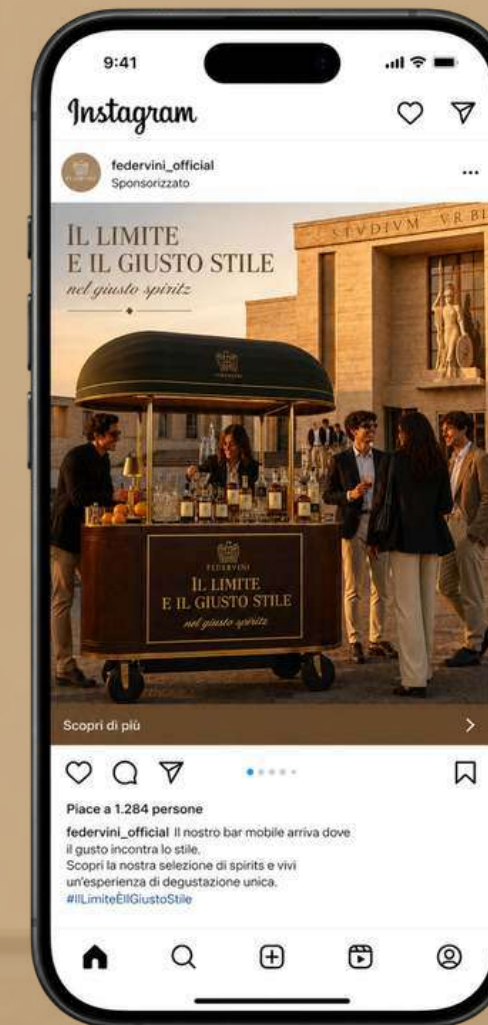
Creazione di una pagina Instagram ufficiale per Federvini per comunicare le iniziative pensate per la campagna e presentare i rappresentati ai follower

36 campagne annuali (Reel, Post, Stories)



BUDGET:

60.000€: GESTIONE SMM (€20K), PRODUZIONE (€10K), SPONSORIZZAZIONI (€30K)



2-5 M
IMPRESSION

+ 10K
FOLLOWER

REEL - L'INGREDIENTE CHE CONTA: LA MISURA

Un reel che celebra la tradizione italiana e il valore della misura, perché il vero gusto nasce dall'equilibrio, non dall'eccesso



DURATA: 15
SECONDI



FORMATO: REEL (9:16)



PUBBLICAZIONE SU
PAGINA UFFICIALE INSTAGRAM
DI MASTERCHEF

0:00 - 0:02

0:02 - 0:04

0:04 - 0:06

0:06 - 0:09

0:09 - 0:12

0:12 - 0:15



L'ITALIANITÀ

Scorcio di un borgo italiano, luce calda, suoni di una giornata che inizia



IL GUSTO

Un piatto della tradizione preparato con cura. Ingredienti semplici, qualità autentica



LA MISURA

Il vino viene versato con eleganza. La quantità è giusta, non eccessiva



LA CONVIVIALITÀ

Un gruppo di amici che condivide, parla, ride, si gode il momento. È questo che conta



LA CONDIVISIONE

Tutti insieme. Un brindisi sincero non per esagerare, ma per celebrare



IL CLAIM

Il messaggio finale che lascia il segno: bere responsabilmente. Questo è il nostro stile



GRAND TOUR: L'ORIGINE DEL GUSTO

Video podcast: un mezzo con molteplici occasioni di fruizione

Un viaggio itinerante attraverso l'Italia per riscoprire il rito del bere come patrimonio culturale e non come mezzo di "sballo"

PIANO EDITORIALE

1. **TORINO:** L'INVENZIONE DEL "PRIMA" (IL VERMOUTH)
2. **FIRENZE:** LA RICETTA DEL CONTE (IL NEGRONI)
3. **MILANO:** DESING E MISURA (IL BITTER)
4. **VENEZIA:** L'OMBRA E IL CICCHETTO (IL RITO DELLA LAGUNA)
5. **ROMA:** LA DOLCE VITA DIGITAL (LA BELLEZZA SENZA FILTRI)
6. **BORGHI D'ITALIA:** IL VALORE DELLA TERRA (IL VINO ALLE RADICI)

INTERAZIONE CON INSTAGRAM:

- Reels Instagram narrativi per ogni puntata del podcast sulla pagina di Lorenzo
- Stories Instagram con quiz e sondaggi interattivi
- Podcast e Reels collegati al sito Federvini per approfondimenti scientifici



Lorenzo Pratico
(@prattquello)
Follower IG: + 500K
Iscritti YT: 675K

OUT OF HOME

CARTELLONISTICA URBANA

Portare il claim nei luoghi vissuti ogni giorno dal target

Obiettivi

- Aumentare awareness
- Rafforzare memorabilità del claim
- Collegare esperienza offline e social

Città target

Milano • Roma • Bologna • Torino • Padova

Durata: 2 settimane

35

CARTELLONI

3 M

CONTATTI



OUT OF HOME

CARTELLONISTICA: TRAM

Per portare in giro i claim e la grafica

Realizzazione di un full-wrap per due linee di tram, una a Milano e una a Torino, due città universitarie e popolate da giovani, portando alla campagna alta visibilità e capillarità

Durata: 2 settimane per città

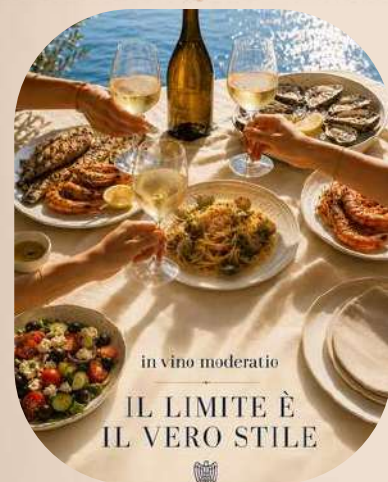


BUDGET TOTALE

ATTIVITA'	NOTE	SPESA STIMATA
Evento "Vino con Misura"	2 eventi (Padova e Bologna)	20.000 €
Chiosco-Bar mobile	2 eventi (Roma e Milano)	30.000 €
Evento "Miscusi"	3 eventi (Milano, Roma, Torino)	20.000 €
Reel MasterChef	Attività singola	20.000 €
Tram Brandizzato	4 settimane (Torino, Milano)	60.000 €
Podcast "Grand Tour"	Produzione e Diffusione	40.000 €
ADV social e gestione	Federvini social/ADV	60.000 €
Cartellonistica città	2 settimane Campagna	50.000 €
TOTALE		300.000 €

EXECUTIVE SUMMARY

CLAIM CONCEPT
E STRATEGIA



CHIOSCO BAR
MOBILE



EVENTO MI
SCUSI



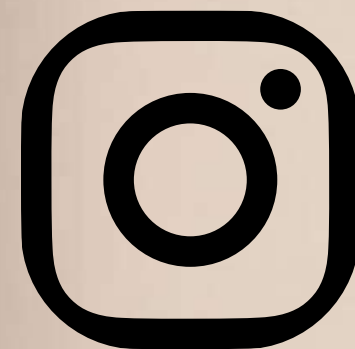
VINO CON
MISURA



OUT OF HOME
TRAM&CARTELLONE



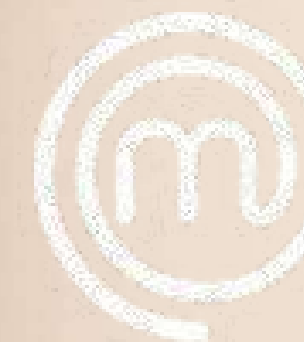
SOCIAL



PODCAST:
GRAN TOUR



MASTERCHEF
REEL



7 TOUCHPOINT INTEGRATI PER MASSIMIZZARE AWARENESS, ENGAGEMENT E CONVERSIONE

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

*Aponte Federica - Brambilla Giacomo - Brescacin Enrico
Castagnetti Stefano - Singh Baltaj - Zoratti Chiara*



SMEA

ALTA SCUOLA DI MANAGEMENT
ED ECONOMIA AGRO-ALIMENTARE

UNIVERSITÀ CATTOLICA del SACRO CUORE