



Wine in Moderation

**GUIDA PER LE  
AZIENDE VINICOLE  
PER L'ATTUAZIONE  
DEL PROGRAMMA**


# UNA GUIDA PER L'AZIONE

Questa guida è basata sull'esperienza e le pratiche ottimali ed è progettata per incoraggiare l'azione e facilitare l'attuazione del programma da parte delle aziende vinicole che hanno aderito al Wine in Moderation – Art de Vivre come sostenitori. Un sostenitore del programma Wine in Moderation è una qualsiasi entità economica che aderisce ai principi, valori e obiettivi di Wine in Moderation, che si impegna a sostenere l'implementazione del programma ed è autorizzata a utilizzare il logo (WIM TM).

Aderendo a WiM, un'azienda vinicola sostiene il programma Wine in Moderation:

- Sviluppando azioni WIM sotto il coordinamento del rispettivo coordinatore nazionale
- Educando i propri dipendenti a comunicare, vendere e servire il vino responsabilmente
- Rispettando e attuando i principi delle norme di comunicazione sul vino
- Educando e informando i consumatori sulle abitudini di consumo responsabile e sul consumo moderato di vino e ispirando benessere e uno stile di vita sano
- Presentando ogni anno una relazione sulle attività WIM

Nelle prossime pagine è disponibile un elenco di esempi di azioni WIM rispetto alle missioni del programma. Le aziende vinicole sono invitate a utilizzarle come lista di controllo.



Che cos'è  
un'«Azione  
WiM»?

*Un'azione di responsabilità sociale d'impresa può essere considerata un'Azione WIM se:*

1. *E' sviluppata da un sostenitore WiM*
2. *Trasmette il logo/messaggio WIM e/o fa riferimento al programma Wine in Moderation*
3. *Segue i principi, i valori del programma Wine in Moderation, è in linea e non in conflitto con il Piano d'Azione Nazionale del Programma Wine in Moderation*
4. *Aderisce ai principi di comunicazione sul vino*

# ORGANIZZARE L'AZIONE

Dichiarare il proprio impegno in termini di responsabilità sociale e verso il programma Wine in Moderation

- posizionare il certificate di Sostenitore WiM in una posizione visibile nella propria azienda vinicola
- comprendere la responsabilità sociale nei valori della propria azienda
- informare i soggetti interessati riguardo all'adesione al programma Wine in Moderation

Designare una persona responsabile dell'attuazione del programma Wine in Moderation e stabilire un buon contatto con il coordinatore nazionale WiM

Definire obiettivi e presentare una relazione sulle prestazioni della propria azienda per quanto riguarda le attività relative al Wine in Moderation

Organizzare sessioni di comunicazione interna destinate a diversi dipartimenti (direttori/manager, produttori di vino, marketing/vendite, Risorse Umane, turismo del vino, lavoratori) sul programma "Wine in moderation", abitudini di consumo responsabile e pratiche sociali responsabili

Pubblicare informazioni sul programma "Wine in Moderation" e consumo moderato di vino sull'intranet e sulle bacheche dell'azienda e comunicare frequentemente a questo riguardo

Sviluppare e attuare regole interne in materia di sicurezza e igiene in relazione all'alcol sul lavoro



# RESPONSABILIZZARE I PROFESSIONISTI

Formare i dipendenti sul Wine in Moderation e sulle pratiche commerciali responsabili

- Consulta [www.wineinmoderation.com](http://www.wineinmoderation.com) oppure il coordinatore nazionale per il materiale di formazione oppure le sessioni di formazione

Mantenere il personale aggiornato sul programma Wine in Moderation e i più recenti dati scientifici disponibili diffondendo il sito web del Wine Information Council ([www.wineinformationcouncil.eu](http://www.wineinformationcouncil.eu)) e la newsletter



# ISPIRARE BENESSERE E STILI DI VITA SANI AI CONSUMATORI

## COMUNICAZIONE, PUBBLICITÀ, ETICHETTATURA

Includere il logo di Wine in Moderation oppure un messaggio sul consumo responsabile sui propri materiali di comunicazione o promozione

- Includere il logo “Wine in Moderation” / messaggio responsabile nel proprio sito web, nei media sociali, nei poster, brochure, pubblicità, cancelleria e **non dimenticare di aggiungere un collegamento ipertestuale nel logo/messaggio responsabile e/o nella pagina web che sia diretto verso il sito [www.wineinmoderation.com](http://www.wineinmoderation.com)**

Allineare tutta la comunicazione con i principi delle norme di comunicazione sul vino

- Presentare i principi delle norme di comunicazione sul vino nelle riunioni informative dell'agenzia pubblicitaria e di promozione e assicurarsi che i principi siano applicati sugli orientamenti strategici del marchio, la comunicazione e i materiali promozionali
- Informare i soggetti interessati e partner (distributori, clienti imprese) sui principi delle norme di comunicazione sul vino

Ricordare sempre di controllare due cose:

- *Che tutta la comunicazione commerciale (pubblicità, materiale promozionale, logo, testo e immagini) si conformi ai principi delle norme di comunicazione sul vino, ferma restando la piena conformità delle normative esistenti e codici di autoregolamentazione in vigore, qualsiasi contenuto, mezzo di diffusione o forma abbiano*
- *Che il logo WIM/messaggio responsabile sia incluso nella comunicazione e nei materiali promozionali*

Utilizzo del logo di Wine in Moderation sulle controetichette del prodotto



# ISPIRARE BENESSERE E STILI DI VITA SANI AI CONSUMATORI

## EVENTI, OSPITALITÀ E VENDITE

- Includere una diapositiva sulla responsabilità e la moderazione nella presentazione dell'azienda vinicola per i visitatori
- Accogliere un messaggio di responsabilità e moderazione durante gli eventi commerciali
- Diffondere volantini sul Wine in Moderation durante i propri eventi e nelle aree di accoglienza
- Includere un poster di Wine in Moderation nelle aree degustazione
- Fornire sputacchiere durante le degustazioni di vino
- Servire piccole porzioni e fornire acqua e spuntini durante le degustazioni di vino
- Controllare l'identità dei partecipanti e degli acquirenti per quanto riguarda l'età minima
- Identificare e evitare di servire persone appartenenti a gruppi esposti a rischio (donne in stato di gravidanza e che allattano al seno, persone ubriache, etc.)
- Incoraggiare le persone a evitare di guidare se hanno bevuto
- Fornire etilometri ai clienti che guidano e partecipano a degustazioni
- Chiedere ai gruppi di designare un conducente e premiare i conducenti per l'astensione dal bere
- Permettere ai clienti di portare a casa bottiglie non finite



# RESPONSABILITA' - RENDICONTAZIONE

Saremmo lieti di sapere se la lista di controllo riportata in alto è stata seguita, quali sono state le azioni e quali risultati sono stati conseguiti.

E' importante che tutti gli operatori coinvolti nel programma registrino le iniziative che intraprendono. Non è sufficiente fare azioni, è importante presentare quello che si fa e l'impatto. Ogni anno a gennaio, realizziamo il rapporto dell'implementazione annuale del programma delle attività WIM e abbiamo alcuni indicatori chiave di prestazione.

Esempi di indicatori chiave di prestazione:

- Numero di dipendenti che partecipano al programma Wine in Moderation;
- Numero di ore lavorative investite annualmente nel programma Wine in Moderation;
- Costo finanziario per l'attuazione del Wine in Moderation;
- Numero di dipendenti formati;
- Numero di volantini distribuiti;
- Numero di etilometri distribuiti;
- Numero di persone che hanno partecipato alle azioni/manifestazioni del Wine in Moderation.

Si rimanda al sito [www.wineinmoderation.com](http://www.wineinmoderation.com) e al coordinatore nazionale per la rendicontazione e per gli indicatori chiave di prestazione.



# Wine in Moderation GUIDA PER LE AZIENDE VINICOLE PER L'ATTUAZIONE DEL PROGRAMMA

WINE IN MODERATION – Art de Vivre aisbl  
(WiM Association)

Avenue des Arts, 43 – 1040 Brussels

T +32 (0)2 230 99 70

F +32 (0)2 513 02 18

[info@wineinmoderation.eu](mailto:info@wineinmoderation.eu)

[www.wineinmoderation.com](http://www.wineinmoderation.com)

Wine in Moderation è il programma internazionale del settore del vino che incoraggia stili di vita sani e salutari, e contribuisce alla riduzione dei danni alcol correlati. Il programma si basa su prove scientifiche, educazione e autoregolamentazione per organizzare e potenziare l'intera catena internazionale del valore del vino, nella sensibilizzazione e la conoscenza nelle abitudini di consumo responsabile e consumo moderato di vino.

