

Marketing Responsable

Diageo busca extender la idea de Intelligent Consumption

Luego de la exitosa puesta en marcha por parte de Johnnie Walker de la campaña Intelligent Consumption , la filial local de Diageo busca que otras empresas líderes en diferentes rubros sumen este concepto a su comunicación pública con el objetivo de instaurar en la sociedad la idea de decidir con inteligencia qué productos consumir y cómo hacerlo.

El plan se enmarca en el Código de Marketing de Diageo -líder mundial en fabricación y venta de bebidas alcohólicas-, en el cual se autoexige publicitar con responsabilidad sus marcas, en función de los efectos negativos que puede suponer para los individuos y la sociedad en su conjunto el consumo excesivo de alcohol.

En este sentido, el concepto de Intelligent Consumption buscó hasta ahora poner en claro que las bebidas alcohólicas no son malas ni dañinas en sí mismas, sino que lo nocivo pasa por el consumo exagerado de las mismas.

Convencidos de que la idea trasciende el sector en el que se mueve Johnnie Walker, en el Departamento de Marketing local ya están manteniendo los primeros contactos con firmas de otros rubros para extender lo más posible la promoción del consumo inteligente.

A modo de ejemplo, María Victoria Riso, de Diageo, señaló que la exposición excesiva a Internet, a los rayos solares, a la velocidad, o a altos volúmenes de sonido también pueden ser dañinos, por lo cual todos serían rubros adecuados para vincular al concepto de Intelligent Consumption .

"No se trata únicamente de desestimular los excesos, sino de promover que los consumidores sean conscientes de que pueden elegir y que pueden elegir bien", subrayó Riso.

La iniciativa de extender a otros rubros la campaña de consumo inteligente fue de la filial uruguaya de Diageo y, luego de obtener el visto bueno de la Diageo Foundation -encargada de promover la educación en materia de consumo alcohólico-, la multinacional se dispone a trasladar la idea a otros mercados.

"Estamos orgullosos de nuestras marcas. Queremos que las acciones promocionales y de marketing de Diageo sean reconocidas como las mejores del mundo. Eso significa grandes resultados para nuestras marcas recorriendo un camino que marque los estándares de marketing responsable a la industria"

Paul Walsh, CEO, Diageo

"De seguir así, verdaderamente nos vamos a quedar con medio ambiente"

"A veces otro vaso puede ser la gota que derrame el vaso"

"Hay una realidad virtual y una realidad virtuosa. Tú eliges a cuál exponerte más"

Campaña de medios Intelligent Consumption de Johnnie Walker

Por más información sobre Diageo y su Código de Marketing Responsable visite www.diageo.com