**Formula 1® Pirelli Gran Premio d’Italia 2022:**

**Heineken®, global beer partner, promuove l’inclusività e porta avanti il suo impegno verso il consumo responsabile**

*Milano, 08 settembre 2022* – Anche quest’anno Heineken® rinnova la sua presenza come **Global Beer Partner all’autodromo di Monza** per rinfrescare tutti gli appassionati durante la competizione automobilistica più seguita al mondo e celebrare il centesimo anniversario del circuito di Monza.

Formula 1® è sempre stata il palcoscenico ideale per Heineken® in cui raccontare il proprio operato nella **promozione del** **consumo responsabile.** Con questo impegno, avviato circa 20 anni fa, Heineken® è stata pioniera nel trasferire un messaggio forte rappresentato dal celebre slogan **“When You Drive Never Drink”** che comunica in modo inequivocabile i valori e la posizione senza compromessi dell’azienda in tema di consumo responsabile.

La sponsorizzazione di quest’anno avrà come protagonista **Heineken 0.0**, una birra zero alcol che dà credibilità allo slogan di “**When You Drive Never Drink”** che chiede ai propri consumatori di non bere e guidare.

L’inconfondibile birra zero alcol di Heineken® affianca alla tradizionale ricetta che rende unica Heineken® in tutto il mondo un **processo produttivo brevettato**, messo a punto dopo anni di ricerca, dove l’alcol viene gentilmente rimosso in modo semplice e poco invasivo, facendolo evaporare senza stressare il prodotto. Questo processo garantisce non solo un’altissima qualità di prodotto ma consente anche di mantenere tutto il gusto che rende unica una birra Heineken®.

Ogni anno l’azienda dedica a questo importante tema almeno il 10% del budget di comunicazione del brand Heineken® e lo spot di quest’anno è solo l’ultimo capitolo del percorso che vede Heineken® in prima linea nella promozione del consumo responsabile.

La nuova campagna “**Riding is still driving**” presenta, inoltre, due grandi novità, la prima legata all’intento dell’azienda di rafforzare il proprio impegno per promuovere l’inclusività nel mondo dello sport: ecco perché tra i volti protagonisti, insieme a Daniel Ricciardo della McLaren™ Racing Team e Sergio Pérez dell’Oracle Red Bull Racing, per la prima volta, c’è anche **Naomi Schiff**,pilota e ambasciatrice della Diversity&Inclusion della W series. La seconda riguarda l’estensione del concetto di guida a tutti i mezzi di locomozione come bici e monopattini, raccontata con lo stile ironico e divertente tipico del brand.

**Heineken e la Formula1®**

La campagna “When You Drive Never Drink”: In occasione del Formula1® GRAN PREMIO HEINEKEN® D’ITALIA 2016, Heineken® ha lanciato ufficialmente la sua partnership globale con Formula1® attraverso due campagne di comunicazione integrata: “When You Drive, Never Drink” dedicata al consumo responsabile con protagonista la leggenda Sir Jackie Stewart, pioniere della sicurezza in pista, e “More than a Race” con protagonista l’ex pilota e commentatore tv David Coulthard.

Heineken® è diventata un partner globale ufficiale della Formula 1® nel 2016, Heineken mira a condividere e diffondere la passione per il mondo più ampio della F1 con i fan, ovunque si trovino.

Per celebrare ulteriormente la gara, Heineken® ha lanciato una nuova iterazione della campagna "When You Drive, Never Drink", chiamata "Riding is Still Driving". Questa campagna, originariamente lanciata a maggio 2022, gioca sul fatto che quando bevi ti credi un guidatore migliore di quello che sei. Poiché il mondo della F1® presenta alcuni dei migliori piloti del mondo, abbiamo collaborato con i nostri partner per diffondere il nostro messaggio; è esattamente nel momento in cui ti senti come un pilota che non dovresti metterti al volante o al manubrio.

La nuova campagna presenta il pilota del McLaren F1 Team Daniel Ricciardo che incoraggia i fan a fare la scelta giusta e a non bere prima di salire su una moto o uno scooter elettrico.

Per ulteriori informazioni, visitare: www.Heineken.com/Formula-1

|  |  |
| --- | --- |
| **Heineken®**  Il marchio Heineken®, che porta il nome della famiglia del fondatore, è presente in 192 Paesi diversi e rappresenta il brand di birra premium più amato al mondo. Nata più di 140 anni fa, Heineken® è realizzata ovunque nel mondo con la stessa ricetta che unisce l’esperienza dei mastri birrai a ingredienti di alta qualità: orzo, luppolo, acqua e l'esclusivo Lievito A®, responsabile del ricco gusto equilibrato e delle leggere note fruttate. Il lungo processo produttivo di 28 giorni consente di ottenere un’equilibrata ricchezza del gusto, una rinfrescante limpidezza e un bel colore giallo dorato. La fermentazione in tini orizzontali assicura la giusta pressione per valorizzare il prezioso Lievito A®. | |
| Per maggiori informazioni visita il sito o i canali Social: [www.heinekenitalia.it](http://www.heinekenitalia.it/)  [www.heineken.com/it](http://www.heineken.com/it) [www.facebook.com/heineken](http://www.facebook.com/heineken) <https://twitter.com/Heineken_IT> <https://www.instagram.com/heineken_it/>  [www.youtube.com/heineken](http://www.youtube.com/heineken) |  |
| **BCW | BURSON COHN & WOLFE**  Alessandra Bettelli [Alessandra.bettelli@bcw-global.com](mailto:Alessandra.bettelli@bcw-global.com) Tel 346.7008540 | **HEINEKEN Italia** Alfredo Pratolongo Fiammetta Ventura  [ufficio\_stampa@heinekenitalia.it](mailto:ufficio_stampa@heinekenitalia.it) |