

¿COMPULSIVITIS AGUDA? ¿OFERTROSIS REUMÁTICA?



bilbaoDendak lanza una campaña para promover el consumo local responsable en Bilbao

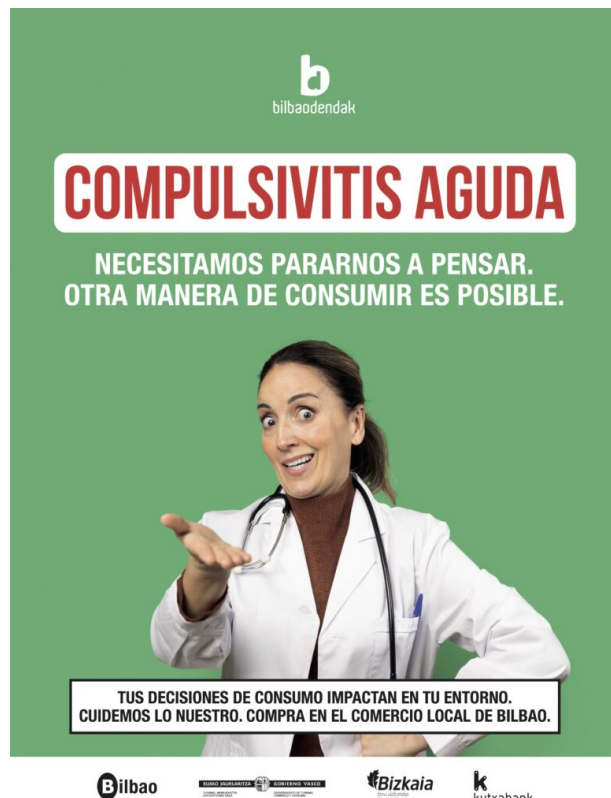
¿Compulsivitis aguda? ¿Ofertrosis reumática? Esta campaña prescribe el comercio local como el mejor remedio contra el consumo desenfrenado e insostenible.

Apela al consumo consciente y sostenible desde el humor, con una llamada a reflexionar sobre nuestros hábitos y adquirir nuevos enfoques en nuestras decisiones de compra.

Presencia en múltiples canales: La campaña llega a la ciudadanía a través de prensa, radio, redes sociales, así como en marquesinas del metro y el tranvía.

https://youtu.be/zX8A9_qVBAC

Humor y reflexión para fomentar el consumo consciente



Tras el éxito del año pasado, bilbaoDendak, plataforma para promover la actividad comercial y turística de Bilbao, relanza su campaña de sensibilización con nuevas acciones para impulsar el consumo local y responsable.

Con la premisa, “otra forma de consumir es posible” busca generar conciencia en la ciudadanía sobre las consecuencias negativas del consumo desmedido *low cost* y la importancia de adoptar hábitos más sostenibles y saludables que repercutan favorablemente en nuestra calidad de vida, en nuestra comunidad y en el planeta.

Humor y reflexión para fomentar el consumo consciente

La campaña destaca cómo el modelo de consumo rápido y desechable, impulsado por la globalización y las plataformas de venta online, genera consecuencias ambientales, sociales y económicas devastadoras. A través de mensajes humorísticos como “¿Compulsivitis aguda? ¿Ofertrosis reumática?”, la campaña diagnostica los hábitos de consumo compulsivo de la ciudadanía y receta como solución el comercio local, un modelo que apoya productos de calidad, proximidad y responsabilidad.

Desde el sector sanitario, médicos y doctoras ficticios “diagnostican” los síntomas de este consumo irreflexivo y recetan el comercio local como el

mejor tratamiento para evitar la acumulación de productos innecesarios y la compra impulsiva. El tono humorístico se combina con datos reveladores, como el hecho de que **el 30% de las compras en cadenas low-cost no llegan a usarse y terminan en vertederos**, subrayando el impacto de estas prácticas en el medio ambiente y la sociedad.

<https://youtu.be/7K-loXV64wQ>