



FAIRTRADE
ITALIA

La nostra comunicazione

Obiettivi



Aumentare la brand awareness



Migliorare la nostra reputazione e posizionarci come movimento nazionale che lavora per i diritti degli agricoltori e dei lavoratori sia in Italia che nel resto del mondo.

Come



Parlare con una sola voce:
«coinvolgente e accogliente
verso chi ancora non
conosce bene il sistema
Fairtrade.

Aperta, onesta e diretta,
come il nostro impegno di
sempre per la giustizia
sociale. Senza aggressività
né arroganza».

A chi parliamo

- ▶ Vogliamo parlare a tutti i cittadini, non soltanto a una élite di persone. La sostenibilità è alla portata di ciascuno e non dipende dalla sua capacità di spesa, né dal suo impegno.
- ▶ Vogliamo parlare alle imprese che vogliono intraprendere percorsi di sostenibilità nelle loro filiere.



I nostri strumenti

Per i cittadini



28777 follower



6407 follower

Newsletter B2C: 4703 iscritti

Per media - opinion leader



7852 follower



6535 follower

I contenuti del nostro blog

Per le imprese



6535 follower

Newsletter B2B: 549 iscritti

Sito: media 30.000 visite / mese. Pagine più visitate: prodotti



Grande Sfida Fairtrade:

contrastiamo insieme gli effetti del cambiamento climatico

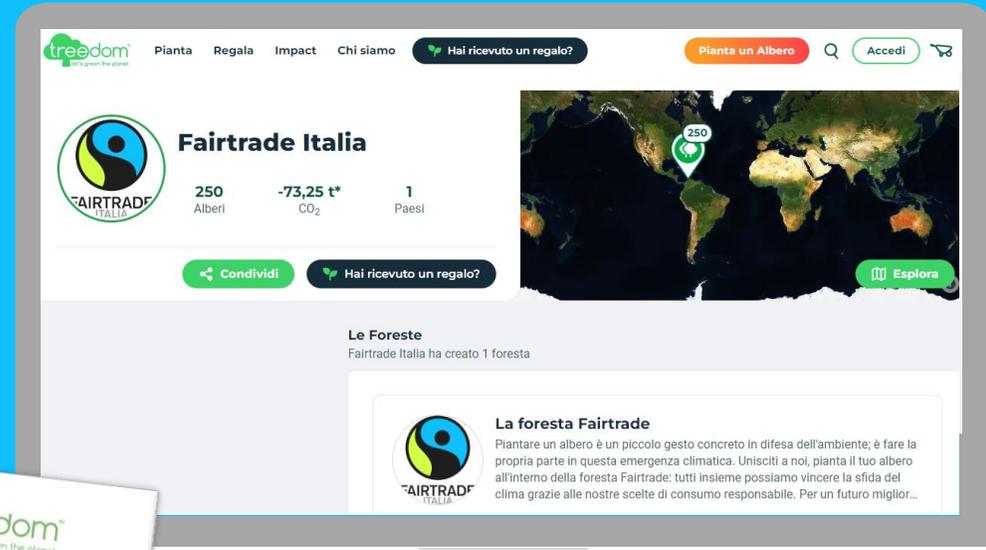
Coinvolgimento licenziatari e attività commerciali

- ▶ **Registrazione** delle aziende e dei locali che aderiscono sul sito www.grandesfidafairtrade.it
- ▶ Fornitura gratuita di **materiali** della campagna



Coinvolgimento licenziatari e attività commerciali

- ▶ Ogni **cliente** che ha acquistato un prodotto Fairtrade ha ricevuto una cartolina per piantare un albero nella **foresta Fairtrade**
- ▶ Pubblicazione delle foto sui **social** con l'hashtag #grandesfidafairtrade



Coinvolgimento consumatori

- ▶ Invito a organizzare un evento con prodotti Fairtrade
- ▶ Registrazione di un evento privato sul sito
- ▶ Fornitura gadget e cartolina albero
- ▶ Condivisione sui social



40.207

Partecipanti

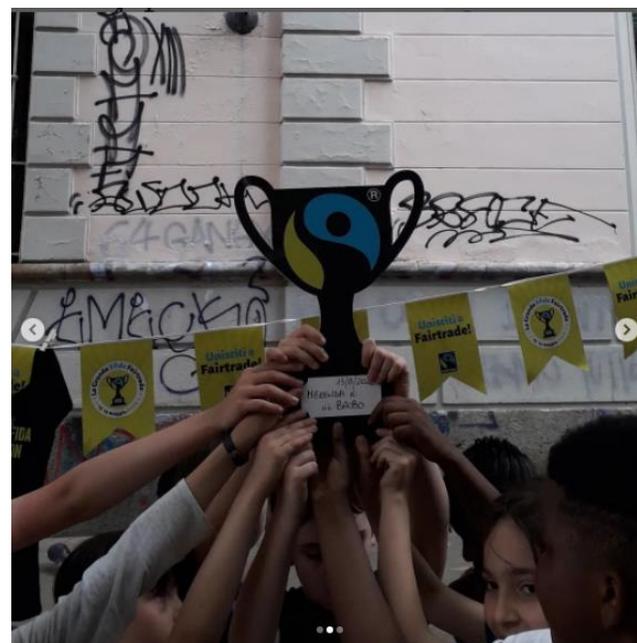
174

Eventi in tutta Italia

3.600.000

Persone raggiunte on-line







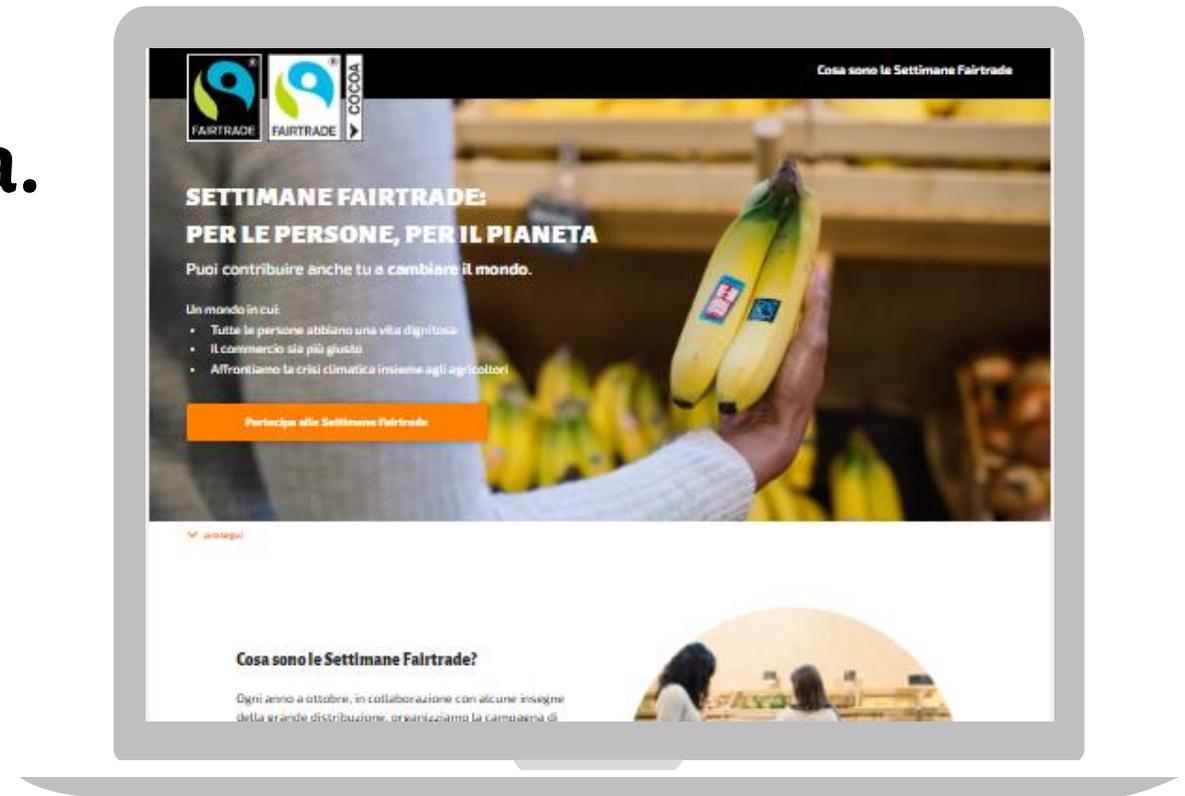
FAIRTRADE
ITALIA

Settimane Fairtrade

Fairtrade, per le Persone, per il Pianeta.

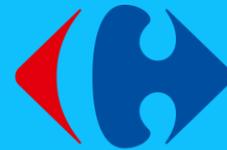
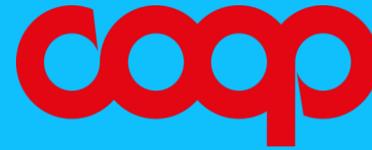
La campagna annuale di Fairtrade per la **promozione dei prodotti** del commercio equo certificato presenti nei punti vendita dei **retailer**.

Periodo: tutto il mese di **ottobre**.



Edizione 2022

- Taglio prezzo sui prodotti Fairtrade
- Comunicazione nel volantino prodotti
- Comunicazione a punto vendita (LIDL e ALDI)
- Coinvolgimento dipendenti



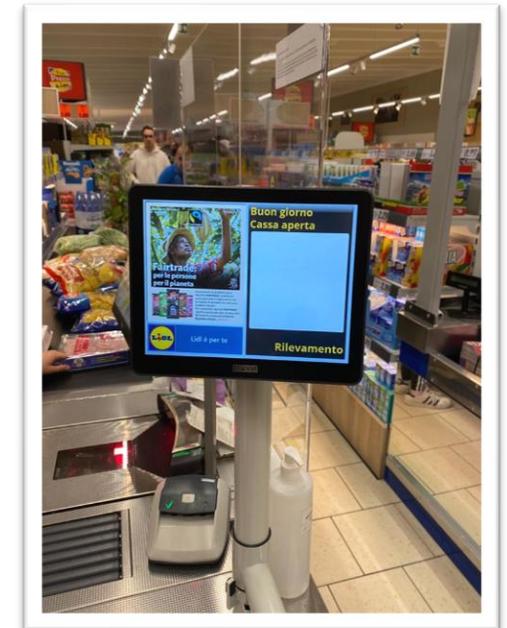
Carrefour



Hilights 2022



Webinar nell'ambito del Festival dello sviluppo sostenibile ASVIS

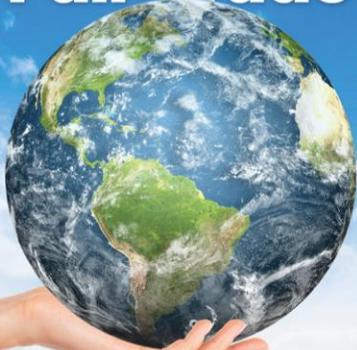


Comunicazione a punto vendita

Highlights 2022



Il Futuro è Fair Trade



COME CAMBIA L'APPROVVIGIONAMENTO DELLE MATERIE PRIME TRA CRISI CLIMATICA E GEOPOLITICA?
Incontro di approfondimento su tematiche inerenti il commercio equo e solidale.

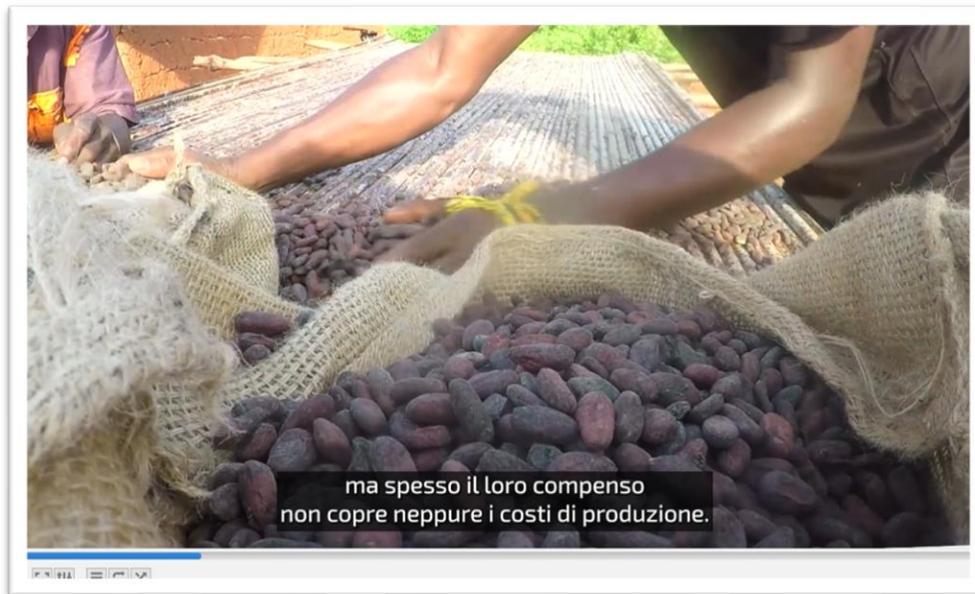
giovedì 6 ottobre 2022, ore 17
Casello Idraulico - via Roma, 43 Follonica

INTERVENGONO:
PAOLO PASTORE, Direttore Fairtrade Italia
PAOLO BERTINI, Responsabile Settore Soci Unicoop Tirreno

Seguirà degustazione a base di prodotti Solidal Coop



Highlights 2022



LIDL

5 video pillole di formazione su Fairtrade, sul cacao e sul cotone



CARREFOUR
Webinar per dipendenti

ALDI

Giornata dedicata ai prodotti Fairtrade in sede con materiale informativo

Attività di **comunicazione interna**



FAIRTRADE
ITALIA

Attività di engagement



Comitati locali Fairtrade

AIESEC

- ▶ Webinar con comitati locali AIESEC
- ▶ Reclutamento volontari per comitati locali Fairtrade
- ▶ Campagna digitale
- ▶ Interventi nelle scuole



Across the University

- ▶ Fairtrade cocktail party
- ▶ Reclutamento volontari per comitato Fairtrade Padova



Educhef

- ▶ Progetto dell'Università di Padova in collaborazione con ASCOM PD e Coop Alleanza 3.0
- ▶ Corso di cucina per matricole fuori sede
- ▶ Formazione su Fairtrade e sulla spesa responsabile insieme a Coop Alleanza 3.0



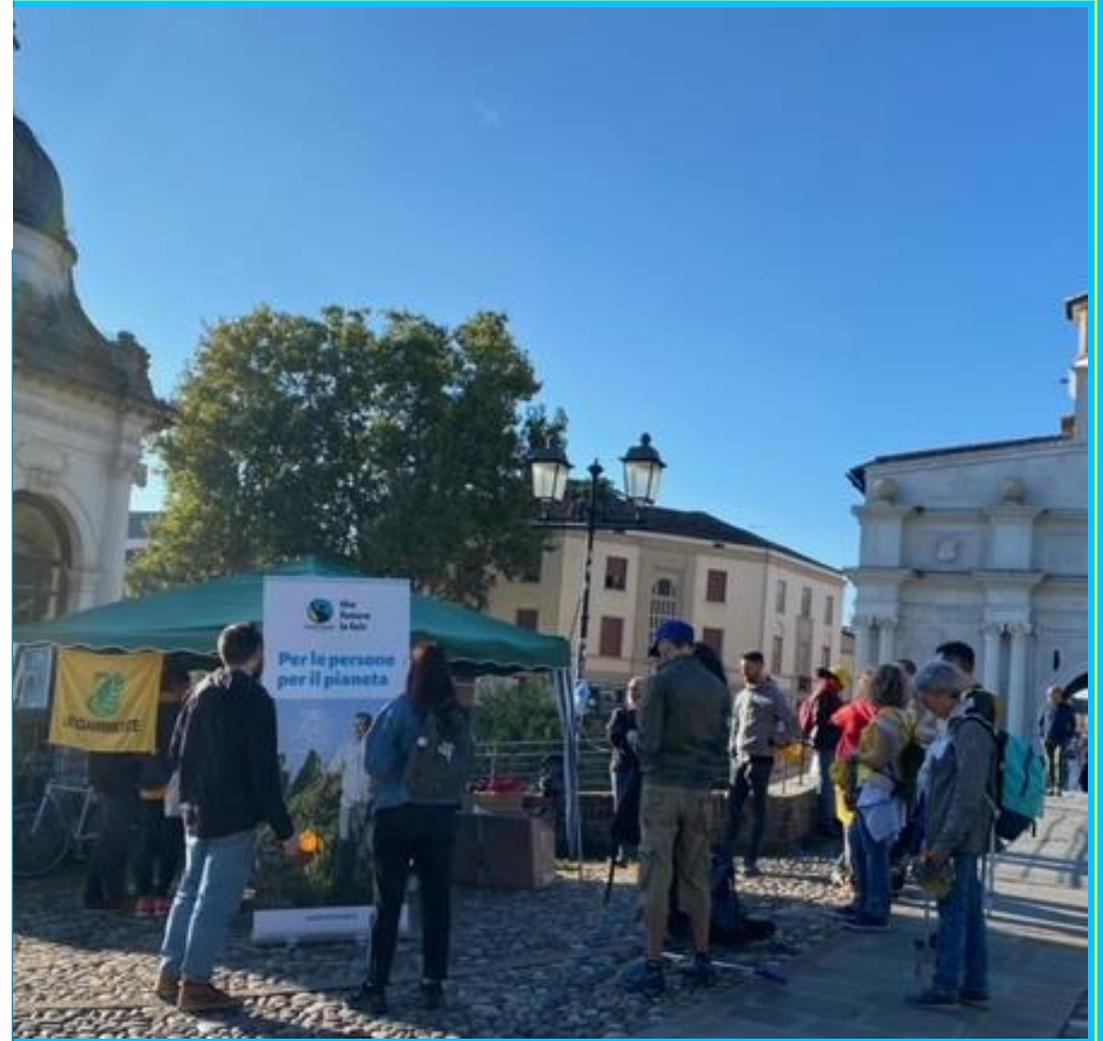


FAIRTRADE
ITALIA

Collaborazioni - Eventi

Puliamo il Mondo

- ▶ Giornata di pulizia di un'area verde della città a Padova
- ▶ Creazione di relazioni sul territorio

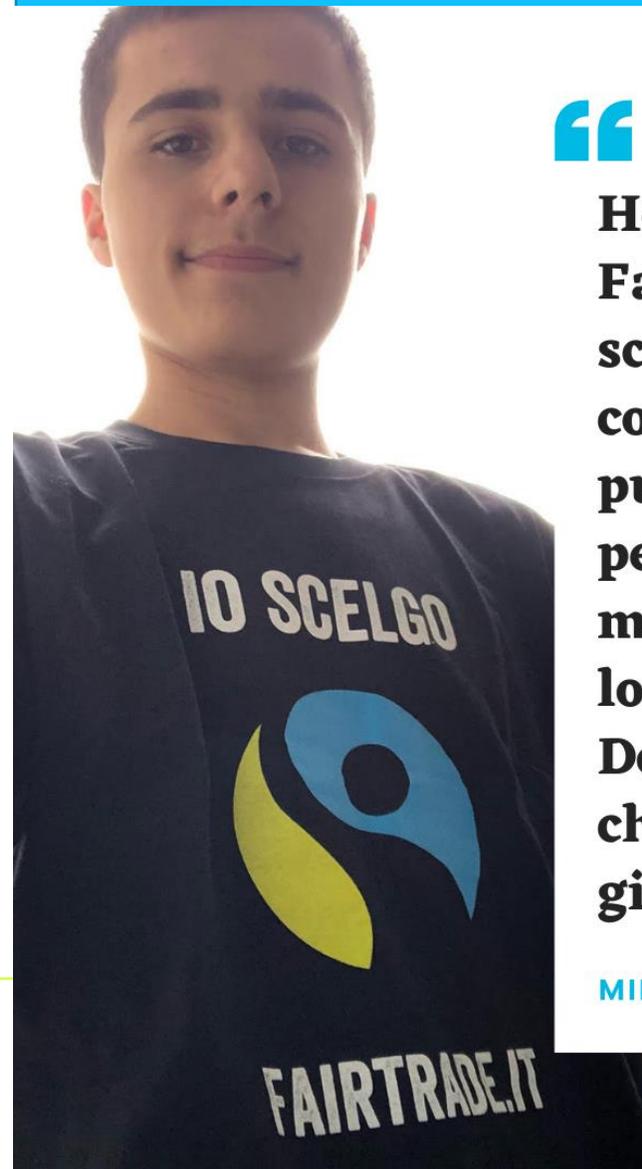




Attività nelle scuole – verso la campagna Scuole Fairtrade

Obiettivi

- ▶ Aumentare la brand awareness.
- ▶ Farci conoscere da un pubblico giovane, in particolare nella scuola secondaria
- ▶ Attivare collaborazioni con le scuole elementari: nelle mense si consumano banane Fairtrade.



Ho scoperto Fairtrade a scuola e come il commercio equo può aiutare le persone a migliorare la loro vita. Dobbiamo chiedere più giustizia!

MIRCO

#IOSCELGOFAIRTRADE

Esperienze 2022

- ▶ PCTO Istituto Besta (Treviso)
- ▶ Istituto Romagnosi Piacenza: prima Scuola Fairtrade d'Italia
- ▶ Raggiunti: 650 studenti in 30 classi



Progetto con Unione Buddhista italiana

- ▶ Educazione alla legalità nelle filiere Agricole: due Istituti coinvolti a Treviso e a Maglie (Lecce)



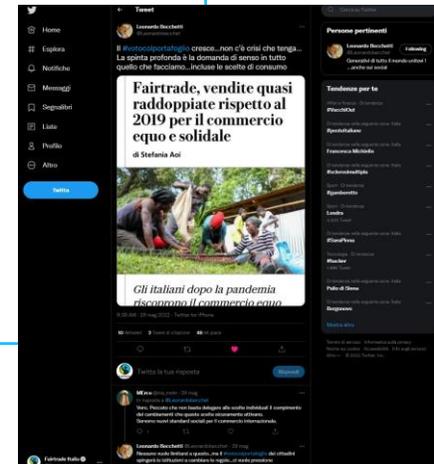


FAIRTRADE
ITALIA

Ufficio stampa

Obiettivi

- ▶ Consueta attività a supporto delle attività dell'azienda, ad es. per **iniziative istituzionali** (annual report meeting), **campagne** (Settimane Fairtrade, Grande Sfida) e **advocacy** (COP27, Regione del Veneto Territorio equosolidale).
- ▶ Mantenere il monitoraggio dei media sulle nostre tematiche/prodotti anche con l'obiettivo di esprimere il punto di vista di Fairtrade
- ▶ Attraverso Twitter, mantenere aperta l'interlocuzione con giornalisti di settore e opinion leader attivi sui nostri temi (7575 follower).
- ▶ Approfondire il lavoro per la diffusione di spot da diffondere nei canali tv per le attività destinate al non profit.



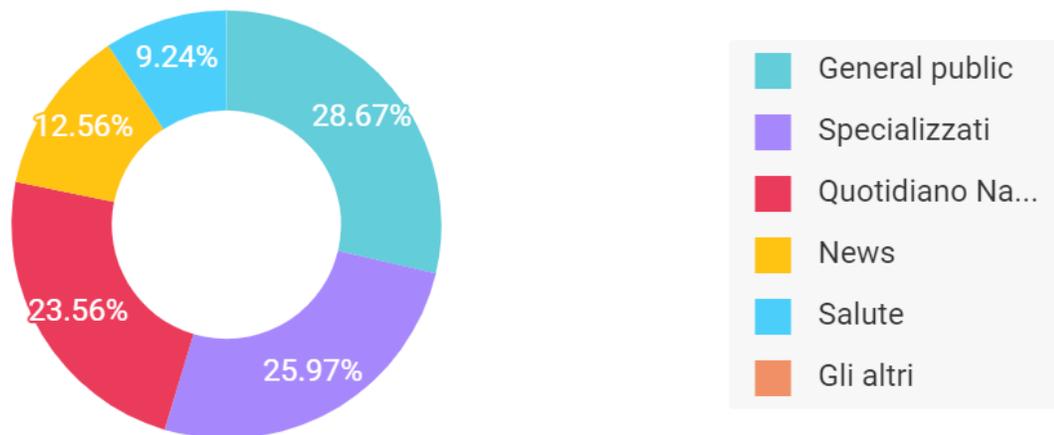
Risultati 2022

- ▶ Il servizio Onclusive ha rilevato 1336 ritagli media dei quali 1050 dal web
- ▶ 9 passaggi radiofonici su emittenti nazionali (Radio1, Radio2, Radio24 e Radio InBlu)
- ▶ Spot gratuito sui canali Sky

TOTALE AVE

6,14Mln €

- ▶ L'AVE è una delle metriche della comunicazione. Indica il «valore pubblicitario equivalente»: una attività di comunicazione viene equiparata al valore che avrebbe se lo stesso spazio fosse occupato da un messaggio pubblicitario





FAIRTRADE
ITALIA

ADV BTC

ADV (2022)

- ▶ Banner su **Internazionale.it** e **Consumatori** durante le Settimane Fairtrade
- ▶ Carte di imbarco **Easyjet**
- ▶ Con Alce Nero: **Sole24h**, **Will Media** e **Giallo Zafferano**
- ▶ Post sponsorizzati su **Facebook** e **Instagram** e **Google Ads** durante tutto l'anno



Biologico è sempre sinonimo di sostenibilità?

will_ita • Segui già
Partnership pubblicizzata con fairtrade.it, alcenerobiologico

will_ita • Sostenibilità non è solo ambiente: spesso stiamo a pensare che "bio" sia la sola più sostenibile essendo un me agricolo che produce alimenti cercando di limitare l'impatto sull'ambiente. Ma, proprio perché è un mezzo agricolo, perché un sistema si realmente sostenibile bisogna conto delle persone che ci lavorano. Come individui e come consuma compiere scelte sostenibili non sempre è facile, soprattutto quando si tratta dei nostri consumi. La maggior parte dei prodotti si trova alla fine di una catena

Placce a fairtrade.it e altri 6,418

Aggiungi un commento...

In Perù sempre più contadini stanno convertendo piantagioni di coca in cacao

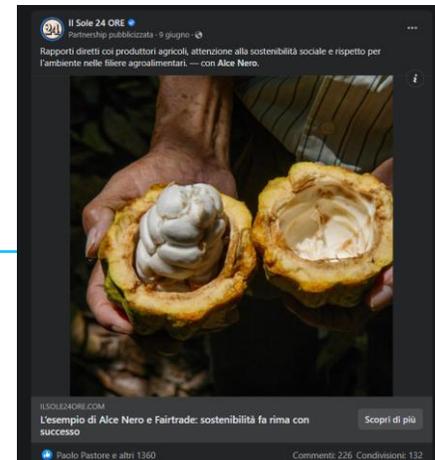
will_ita • Segui già
Partnership pubblicizzata con fairtrade.it, alcenerobiologico
Audio originale

will_ita • Tra gli scaffali del supermercato, mentre compriamo una barretta di cioccolato, oppure il pacco di zucchero, forse non pensiamo neanche che dietro la loro produzione ci possano essere persone sfruttate. Eppure, soprattutto - ma non solo - quando si tratta di prodotti che arrivano da una filiera lunga ed internazionale, i diritti dei lavoratori possono essere negati. Non solo i 160 milioni di bambini e le bambine che nel mondo, secondo le stime più recenti, sono coinvolte nel lavoro minorile, ma anche i produttori

Placce a elisartore e altri 13,398

LUGLIO 27

Aggiungi un commento... Pubblica



Il Sole 24 ORE
Partnership pubblicizzata 9 giugno

Rapporti diretti coi produttori agricoli, attenzione alla sostenibilità sociale e rispetto per l'ambiente nelle filiere agroalimentari. — con Alce Nero.

ILSOLE24ORE.COM

L'esempio di Alce Nero e Fairtrade: sostenibilità fa rima con successo

Scopri di più

Paolo Pastore e altri 1360

Commenti: 226. Condivisioni: 132



Sostenibilità fa rima con successo: l'esempio di Alce Nero e Fairtrade
8 giugno 2022

Alce Nero e Fairtrade, una partnership basata sugli stessi valori: rapporti diretti coi produttori agricoli, attenzione alla sostenibilità sociale e rispetto per l'ambiente nelle filiere agroalimentari. Ne parlano il report di attività di Fairtrade Italia con l'impegno sulle organizzazioni e il primo bilancio di sostenibilità di Alce Nero.

Di sostenibilità, ormai, si fa un gran parlare: ogni azienda si definisce in qualche modo "sostenibile", ogni prodotto si fregia di un'etichetta di sostenibilità. Non di rado, però, si tratta di proclami generici, dietro i quali si nascondono invece storie di sfruttamento del territorio - che viene deforestato e saccheggiato nel nome della produzione - e delle persone, che lavorano in condizioni di miseria. Al di là di mostri e slogan, invece, la garanzia di una vera sostenibilità arriva solo in due modi: scegliendo aziende come Alce Nero, che da sempre del bio e del sostenibile ha fatto la propria filosofia, e attraverso certificazioni internazionali come Fairtrade.



FAIRTRADE
ITALIA

Comunicazione B2B

Publicità B2B

FOOD, MarkUP e **online**: Beverfood, Freshplaza, Distribuzione Moderna e Italia Fruit News





FAIRTRADE
ITALIA

Eventi B2B

Highlights 2022

Attività di Formazione per catena di ristorante Miscusi (11 marzo):

World of Coffee Milano (22-25 giugno)

